

Verzeichnis medien

[vdav] Mitglieder-Zeitschrift _ Ausgabe 2 | Juli 2023

[vdav] intern:

Branchentreff 23 – die Bilanz

Seite 3

Aus den

Mitgliedsunternehmen:

**Die Unternehmensgruppe
Trifels und SARAG
verabschiedet sich**

Seite 8

**Heise Medien erwirbt
Mehrheit an SIGS DATACOM**

Seite 10

**Überall stellt neuen
digitalen Revenue Assistant
vor – mit KI und ChatGPT**

Seite 13

[vdav]

Der Deutsche
Medien-Mittelstand.
Kommunikation. Information. Kontakte.



Mein Name:

Patrick Hünemohr

Mein Alter:

55 Jahre – darf man das bei Männern eigentlich auch so schamlos abfragen?

In der Branche seit:

Mehr als 25 Jahren. Was viele nicht wissen: mein Einstieg in die Branche hat bei der damaligen DeTeMedien als Produktmanager für CD-ROM Produkte begonnen – das habe ich immerhin 5 Jahre gemacht ... ;-) Jetzt freue ich mich, seit Beginn des Jahres mit tollen Menschen im Röser Medienhaus in Karlsruhe die nächsten Schritte mitgestalten zu dürfen – perfekt!

Damit habe ich vorher schon mal meine Brötchen verdient:

Oh da ist eine Menge dabei: mein Studium habe ich überwiegend als Surf- und Snowboardlehrer finanziert. Danach habe ich ganz klassisch als Junior Produktmanager bei Europas führendem EDV Zubehörlieferanten damit begonnen CD-ROM Produkte über Rackjobber in den Handel zu bringen. Von dort bin ich über einen Tipp von Michael Platzkötter (danke nochmal, Michael ;-)) in unsere Branche gestartet.

Mein ursprünglicher Berufswunsch war:

Pilot zu werden – das hat wg. meiner dusseligen Brille nicht geklappt ;-)

Mein größter Erfolg:

Unsere Familie, mit der es gelingt, das berufliche Engagement meiner Frau, von mir und die Entwicklung unserer drei Kinder gut unter einen Hut zu bekommen – harte Arbeit, aber das Beste was es gibt ;-)

Mein größter Misserfolg:

Oh ha – da gibt es schon das eine oder andere Geschäftsmodell, das trotz viel Schweiß und Tränen nicht geflogen ist. Schade ist z. B., dass wir es vor mehr als 15 Jahren nicht geschafft haben,

eine rein deutsche Suchmaschine im Markt zu platzieren – da haben uns Google & Co. einfach keine Luft gelassen – aus heutiger Sicht blauäugig – damals Pioniergeist ;-)

Meine Leidenschaft(en):

Tradierte Geschäftsmodelle mit grandiosen Menschen gemeinsam in funktionierende digitale Geschäftsmodelle zu transformieren – das ist und bleibt der Kracher!

Was ich unbedingt noch machen muss (möchte):

Mich dem Thema Umweltschutz noch deutlich mehr widmen – Streuobstwiesen bewirtschaften und Bäume pflanzen beherrsche ich schon, die nachhaltige Waldwirtschaft mit einer eigenen Parzelle wird mein persönliches next big thing werden!

Meine Musik:

Ist wie mein berufliches Engagement ganz klar elektronisch geprägt – neben Kraftwerk, die wir im August übrigens in Karlsruhe begrüßen dürfen, gehören Depeche Mode, OMD, The Cure u.v.a. dazu ... hach die 80er!

Liebblingsreiseziel:

Wir lieben – u. a. auch familiär bedingt die USA rund um San Francisco – genauso aber auch unsere Nordsee-Liebblingsinsel Föhr! Irgendwie ist es aber an sehr vielen Stellen in Europa sehr sehr fein ;-)

Womit mir meine Mitmenschen am meisten auf den Keks gehen:

Gejammer gepaart mit Anspruchsdenken, bevor es überhaupt losgeht.

Wofür ich andere bewundere:

Für so vieles ...

Was ich an mir selbst mag:

Ach – auch eine Menge man bleibt aber besser bescheiden – Demut tut gut!

[STECKBRIEF]

[PATRICK HÜNEMOHR]



Patrick Hünemohr, Vorstand der Rudolf Röser AG und Geschäftsführer Röser MEDIA GmbH & Co. KG

Was ich unbedingt hier noch loswerden möchte:

Ich hatte vor meinem Einstieg im Röser Medienhaus Zeit und Gelegenheit, in etliche Unternehmen – vor allem auch viele Start-Ups reinzuschauen. Was mir in dieser Zeit einmal mehr bewusst geworden ist: ich bin keinem Unternehmen begegnet, das unsere Branche nicht wegen unserer vielen lokalen Kundenbeziehungen beneidet. Ich nenne es immer das Kernasset Nr. 1. Sich das jeden Morgen kurz ins Bewusstsein zu rufen, ist die beste Motivationsbombe, die man zünden kann – das wird auch ChatGPT nicht verändern ... grins ;-)

Branchentreff 23 – die Bilanz

Mit knapp 200 Teilnehmern konnte der [vdav]-Branchentreff in diesem Jahr das gute Vorjahresergebnis sogar knapp übertreffen.

Zum zweiten Mal nach 2021 in enger zeitlicher, organisatorischer und thematischer Abstimmung mit der inzwischen weltweit aufgestellten SIINDA war die Gesamtveranstaltung mit insgesamt fast 400 Teilnehmern die wohl größte Branchenveranstaltung der Welt und gehört damit zum absoluten MUSS der weiter ob der vielfältiger werdenden Geschäftsmodelle prosperierenden Branche – ganzheitliche Marketing-Lösungen und Digitalisierung für KMU.

Nicht wie ein roter Faden, sondern eher wie ein rotes Tau zog sich die Thematik **KI oder AI** durch die dreitägige Konferenz. Kaum ein Vortrag, eine Diskussion oder eine Präsentation, in der die künstliche Intelligenz und ihre Auswirkungen, Chancen und Entwicklungen keine Rolle gespielt hätte. Mit am prägnantesten wohl die hinterher mit viel Lob und Anerkennung ausgezeichnete Präsentation von **Patrick Hünemohr**, seit einigen Wochen neuer Vorstand der Röser AG in Karlsruhe. Über 80 Folien, deren Inhalt höchst unterhaltend unter das Fachpublikum gebracht, zeigten die enormen Auswirkungen, die die KI auch auf das eigene Business haben kann. Welche Chancen, aber auch welche Gefahren in den neuen Optionen liegen, verdeutlichte wohl am eindrücklichsten das Beispiel, wie ein Laie (na ja, Hünemohr selbst bezeichnete sich so, dürfte aber maßlos untertrieben haben) in nicht einmal einer Stunde über diverse KI-Angebote eine komplette Werbekampagne inklusive Logo, Webseite bis hin zum Messestand für ein kleines Unternehmen kreieren kann. Die Thematik hatte übrigens zuvor bei seiner Anmoderation schon [vdav]-Präsident Olaf H. Tonner aufgegriffen und seine komplette Rede von ChatGPT schreiben lassen. Das wäre schon fast nicht aufgefallen und zeigt auch, wie notwendig eine gewisse Re-

gulierung der enormen KI-Möglichkeiten ist. Nach wie vor sollte erkennbar bleiben, ob für Bilder oder Texte KI oder noch natürliche Intelligenz verantwortlich ist.

U. a. inwieweit Datengenerierung mittels KI möglich ist, erläuterte **Tobias von Dewitz** und gab weitere interessante Einblicke in die Entwicklung der KI.

Begonnen hatte der Branchentreff mit dem gemeinsamen SIINDA-Tag, der allerdings nicht von allen Teilnehmern genutzt wurde, etliche reisten erst im Laufe des Dienstags an. Ob hier noch Sprachbarrieren – der gemeinsame Tag wurde komplett in Englisch abgehalten – thematische oder ganz einfach reisetchnische Gründe den Ausschlag gaben, muss noch näher untersucht werden. Sicher ist, dass auch der Branchentreff 2024 nach ähnlichem Muster veranstaltet werden soll, hier sind sich die Vorstände von SIINDA und [vdav] weitestgehend einig.

Interessante Einblicke in die psychologischen Fähigkeiten eines Schiedsrichters gab es zum Abschluss des Tagungsprogramms am Dienstag vom von Michael Oschmann launig angekündigten Schiedsrichter des Jahres, **Deniz Aytekin**, dessen Tirade gegen eine seiner Meinung nach ungerechtfertigte Kritik an einem Kollegen gerade ein paar Tagen zuvor erst viral gegangen war. Seiner Schilderung, wie man sich vom laut einer Umfrage unter Spielern unbeliebtesten Schiedsrichter der Liga zum Schiedsrichter des Jahres entwickeln kann, dürften Führungskräfte generell lernen können. Dass Spieler, die sich nicht regelkonform verhalten haben, sich kaum dagegen wehren können, nach ihrer Fehlhandlung instinktiv zuerst einmal zum Schiedsrichter zu schauen, war selbst vielen Fußballexperten neu. Alles in Allem ein spannender und hochinteressanter Vortrag des selbst auch als Digital-Unternehmer tätigen Hünen.

Gut angenommen wurden sowohl die gemeinsame Abendveranstaltung im Wasserwerk als auch die DirectoryNight mit der Verleihung der Verzeichnismedienpreise im Tempelhofer Pier 13. Kurzfristig ins Programm des Branchentreffs übernommen wurde die Siegerehrung des Hackathons,

den PDM Solutions am Wochenende zuvor unter dem Motto „neue Ideen für Digital-Verzeichnisse“ veranstaltet hatte. 27, meist sehr junge Digital-Experten, hatten dort in verschiedenen Gruppen ihre Ideen entwickelt und einer Jury präsentiert. Für die Besten der Besten gab es aus den Händen von Sponsor Bernd Vermaaten (solute GmbH/billiger.de) attraktive Preise.

Inwieweit und mit welchen konkreten Auswirkungen eine weitere Annäherung an SIINDA sich entwickeln könnte und sollte, ist einer der Aufgaben, die sich der **wiedergewählte [vdav] Vorstand** mit Präsident Olaf H. Tonner, Vize-Präsident Ansgar Heise und den weiteren Vorständen Nina Koch, Jörg Menden, Sönke Sander, Michael Kranich und Stephan Schmitt lösen müssen. Aufgrund der äußeren Rahmenbedingungen mit weiter schrumpfenden finanziellen Ressourcen ist eine neue Ausrichtung des Verbands bis 2025 unumgänglich geworden.

Der Branchentreff 2024 findet mit der SIINDA digital summit vom 12. bis zum 15. Mai 2024 im Steigenberger am Kanzleramt in Berlin statt.

Verzeichnismedienpreise 2023 überreicht

Im Rahmen der DirectoryNight des [vdav] wurden am Abend des 24. Mai 2023 im Berliner Pier 13 im Tempelhofer Hafen die diesjährigen Verzeichnismedienpreise für besondere Angebote und Produkte der Mitgliedsunternehmen vergeben.

Zuvor hatte eine Jury mit den Brancheninsidern **Barbara Faber, Jutta Talmon Gros, Werner Oehring** und **Jörg Menden** die schwierige Aufgabe, unter fast 20 Einsendungen die **Besten der Besten** zu wählen.

Die **Preisträger der Goldenen [vdav] Bären** sind in diesem Jahr:

- **Heise RegioConcept** für: Das **Kundencenter**.
- **Sellwerk** für: **Die Hochzeit von Digitalisierung und Mittelstand**
- **Schlütersche** für: den **Bewerberkick**





Branchentreff 2023 – Impressionen





Einen **Silbernen [vdav] Bären** erhielt **Dr. Michael Platzköster** aus der Hand von Präsident Olaf H. Tonner für die **Dachmarken-einführung Mediamagneten**

- Jeweils einen **Bären in Bronze** gab es für
- **GoLocal** für die Aktion **Baum für Bewertungen**.
 - **Heise RegioConcept** für die **Lead Boosts 71 im Speckgürtel Stuttgart**.
 - **Sellwerk** für **Sellwerk.de, die zentrale Digitalisierungslösung für KMUs**
 - **Schlütersche** für den **Schnellservice**

Einen Sonderpreis gab es für **Sutter LOCAL MEDIA** für **eFlow – weniger work, mehr flow**.



Herzlichen Glückwunsch an alle Preisträger und die Teams!

Die Videos und die Präsentationen der Einreichungen finden Sie unter www.vdav.de – Aktuelles – Deutscher Verzeichnismedienpreis

PERSONALIEN

Schlütersche Mediengruppe: Roksana Leonetti verstärkt Geschäftsführung der Vertriebsgesellschaften

Mit sofortiger Wirkung tritt Roksana Leonetti in die Geschäftsführung der Schlüterschen Marketing Services GmbH sowie der adEmma GmbH ein. Die beiden Unternehmen sind Vertriebsgesellschaften der Schlüterschen Mediengruppe und spezialisiert auf die Beratung und den Verkauf von Online-Marketing-Dienstleistungen für kleine und mittelständische Unternehmen.

Roksana Leonetti leitet die Gesellschaften künftig gemeinsam mit Schlütersche-CEO Ingo Mahl, mit dem sie bereits die Geschäftsführung der Schlüterschen Marketing Holding GmbH teilt.



„Ich freue mich darauf, weitere Verantwortung in unserer Mediengruppe zu übernehmen“, sagt Roksana Leonetti. „Die enge Verzahnung von Marketing, Vertrieb und Service ermöglicht es uns, die Bedürfnisse unserer Kunden stets im Blick zu haben und kundenzentriert zu handeln. Unser Ziel ist es, das bestmögliche Kundenerlebnis zu bieten, unsere Kundinnen und Kunden zu begeistern und ihnen eine starke Partnerin bei der Digitalisierung zu sein. Gemeinsam mit Ingo und den Teams werden wir unsere Produkte und Services in diesem Sinne weiterentwickeln und ein einzigartiges Kun-

denerlebnis schaffen“, betont die studierte Betriebswirtin.

„Bei unseren Produkten, Services und Prozessen setzen wir im Rahmen unserer Konzernstrategie auf kontinuierliche Digitalisierung. Hier ist Roksana bereits seit Längerem eine klare Taktgeberin“, berichtet Ingo Mahl. „Wir arbeiten intensiv an den nächsten Entwicklungsschritten, um unser Angebot noch effektiver vermarkten und ausliefern zu können. Ich bin sehr froh, dass Roksana hier nun auch unsere Verkaufsaktivitäten mitsteuert – und damit unseren direkten Draht zu den Kundinnen und Kunden im Mittelstand im Blick hat“, führt er aus.

Bodo Svenson, langjähriger Geschäftsführer der Schlütersche Marketing Services GmbH und der adEmma GmbH, scheidet auf eigenen Wunsch aus der Schlüterschen Mediengruppe aus und wird sich neuen beruflichen Herausforderungen stellen. „Im Namen der gesamten Schlüterschen danke ich Bodo ganz herzlich für seinen großen Einsatz rund um unsere Vertriebsstrategie. Wir wünschen ihm bei seinen neuen beruflichen Zielen viel Erfolg und alles Gute für die Zukunft!“, so Ingo Mahl. ■ *PM schlütersche.de, 1.06.2023*

.....

SaaS-Expertin Stéphanie Génin wird neue Senior Vice President of Marketing bei Uberall

Mit der erfahrenen Marketingspezialistin bereitet sich der führende Anbieter von digitalen Marketinglösungen für Unternehmen mit mehreren Standorten auf die nächste Wachstumsphase vor

Die führende digitale Marketingplattform Uberall gibt die Ernennung von **Stéphanie Génin** als neue Senior Vice President of Marketing bekannt. Mit mehr als zwei Jahrzehnten Erfahrung im Bereich B2B-Technologie wird Stéphanie Génin für die Leitung und Entwicklung der Marketingstrategie



von Uberall verantwortlich sein und Unternehmen dabei unterstützen, nahtlose On- und Offline-Erlebnisse für ihre Kund:innen zu schaffen.

„Stéphanie hat eine herausragende Erfolgsbilanz beim Aufbau leistungsstarker Marketingteams. Sie ist äußerst erfahren und strategisch“, sagt **Florian Hübner, CEO und Gründer von Uberall**. „Da wir Innovationen für unsere Kund:innen kontinuierlich vorantreiben, brauchen wir jemanden, der mit dem ständigen technologischen Fortschritt mithalten kann. Stéphanie ist genau die richtige Person dafür.“

Génin entwickelt und leitet Marketingteams seit mehr als zwanzig Jahren. Sie verfügt über umfassende Erfahrungen im Bereich B2B-Technologie bei renommierten Marken wie Xerox, British Telecom, Siemens, Avid Technology, Hootsuite und zuletzt Lengow.

Génin ist eine agile und ergebnisorientierte Marketingleiterin, die bereits in verschiedenen Branchen, Unternehmensgrößen, globalen Märkten und Wachstumsphasen tätig war. Mit ihren fundierten Kenntnissen über Marketing-Tools und End-to-End-Lifecycle-Marketing hat sie erfolgreiche Kampagnen und Wachstumsinitiativen in den Americas, EMEA, LATAM und APAC umgesetzt.

„Ich freue mich sehr, zu einem so spannenden Zeitpunkt bei Uberall einzusteigen, denn KI verändert derzeit die Art und Weise, wie Marketer mit ihren Kund:innen in Kontakt treten“, sagt **Stéphanie Génin**. „Uberall ist ganz vorne, wenn es darum geht, diese neue Dimension der Kundenansprache und Personalisierung zu definieren – zusammen mit einigen der bekanntesten globalen Verbrauchermarken. Es ist eine aufregende Zeit in der Welt der B2B-Technologie und bei Uberall.“ ■ *PM uberall GmbH, 26.04.2023*

Dr. Klaus D. Mapara erhielt bayerische Staatsmedaille

Am 24. April erhielt Krick-Geschäftsführer Dr. Klaus D. Mapara eine besondere Auszeichnung: Bayerns Staatsminister für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie, Hubert Aiwanger verlieh ihm die Staatsmedaille für besondere Verdienste um die bayerische Wirtschaft.

Die Staatsmedaille wird seit 1974 vergeben. Pro Jahr werden mit dieser Auszeichnung höchstens 25 Personen für ihre besonderen Verdienste um die bayerische Wirtschaft ausgezeichnet.

Mit der Krick Unternehmensfamilie unterstützt Dr. Mapara Unternehmen auf dem Weg in die Digitalisierung. Während seiner Zeit als Präsident der IHK Würzburg-Schweinfurt hat er sich außerdem dafür eingesetzt, die Digitalisierung auch innerhalb der IHK voranzubringen. Schwerpunkte seiner Arbeit lagen dabei in der Einführung von Tele-Arbeit und Homeoffice, der Umstellung von IT-Strukturen sowie der Ausarbeitung digitaler Weiterbildungsangebote.

Als Mitglied des DIHK-Ausschusses für Informations- und Kommunikationstechnologie hat Dr. Mapara sich zwischen 2013 und 2020 zudem nachhaltig für die Interessen der mainfränkischen Wirtschaft eingesetzt. Als Vizepräsident der IHK Würzburg-Schweinfurt, Mitglied im Vorstand des Deutschen Industrie und Handelskammertages (DIHK) sowie im Präsidium der Deutschen Industrie- und Handelskammer vertritt er die Interessen mainfränkischer und bayerischer Unternehmen auch weiterhin. Auch in seinen Tätigkeiten als ehrenamtlicher Handelsrichter am Landgericht Würzburg, im Rotary Club Würzburg oder im Kuratorium des Mozartfests Würzburg engagiert sich Dr. Mapara tatkräftig für die bayerische Wirtschaft.

Herzlichen Glückwunsch an Dr. Mapara!

■ *Quelle: www.krick.com, 25.04.2023*

Sebastian Hilbig wird neuer CTO

Sebastian Hilbig (45) wird zum 1. April neuer Chief Technology Officer bei Heise Medien. Die Stelle war seit dem Weggang von Georg Nold Ende August 2022 vakant.



Als CTO bei Heise Medien verantwortet Sebastian Hilbig die Weiterentwicklung der gesamten digitalen Infrastruktur. Dabei wird er eng mit der Geschäftsführung zusammenarbeiten, um bei Heise Medien die digitale Transformation voranzutreiben. Zu seinem Verantwortungsbereich zählen die Web-Entwicklung, das IT-Systemmanagement und die Produktion in diesem Geschäftsbereich.

Sebastian Hilbig kam 2008 nach seinem Studium im Bereich Informatik und Informationswissenschaft als Java-Entwickler vom hannoverschen Softwareunternehmen ID.on zu Heise Medien. Gut drei Jahre später übernahm er die Teamleitung der Anwendungsentwicklung innerhalb der Web-Entwicklung, am 1. Januar 2021 wurde er zum Leiter der Web-Entwicklung ernannt.

„Wir freuen uns sehr, dass wir mit Sebastian Hilbig einen sehr kompetenten und engagierten Kollegen aus unseren Reihen für diese zentrale Position gewinnen konnten. Ich freue mich auf die Zusammenarbeit und wünsche ihm gutes Gelingen“, sagt Beate Gerold, Geschäftsführerin bei Heise Medien. ■ *PM Heise Medien, 30.03.2023*

Ruhestand von Michael Schöbel und Änderung in der Geschäftsführung

Vor 25 Jahren im Jahr 1998 wurde die proNet Informationssysteme GmbH von Michael Schöbel und Jobst-Hinrich Jacke gegründet. Heute gibt es die erste Änderung: Herr Schöbel scheidet wohlverdient kurz vor seinem siebzigsten Geburtstag aus der Geschäftsführung aus, bleibt proNet aber weiterhin als Berater erhalten. Jobst-Hinrich Jacke ist damit jetzt alleiniger Geschäftsführer.

Herr Schöbel hatte sich in den letzten Jahren auf die Aktivitäten rund um den proNet web service konzentriert, so dass sich für die meisten Kunden und Partner keine größeren Änderungen ergeben. ■ *Quelle: pronet-systeme.de, 28.02.23*

AUS DEN MITGLIEDSUNTERNEHMEN

Die Unternehmensgruppe Trifels und SARAG verabschiedet sich

Nach nunmehr 84 Jahren verlegerischer Tätigkeit richtet sich die Unternehmensgruppe Trifels und SARAG neu aus und ziehen sich aus dem operativen Verlagsgeschäft zurück. Der TVG Verlag hat das Verzeichnismedien- und Onlinemedien-Geschäft unserer Unternehmensgruppe mitsamt dem kompetenten Mitarbeiter-Team übernommen und ist damit auf dem besten Wege, einer der großen, starken und innovativen Verlage in Deutschland zu werden.

Wir bedanken uns bei allen Kolleginnen und Kollegen, die konstruktiv und offen mit uns zusammengearbeitet haben und wün-

schon Ihnen und der gesamten Verzeichnismedienbranche alles Gute für die Zukunft und eine glückliche Hand bei den anstehenden, großen Herausforderungen. ■ *PM Trifels Verlag GmbH, 9.05.2023*

Danke-Schiri Veranstaltung im Röser Medienhaus



Strahlende Gesichter gab es am 18.3.23 bei der Schiri-Preisverleihung des Danke Schiri Wettbewerbs auf Landesebene, die schon zum zweiten Mal in Folge im Röser Medienhaus stattfand. Als Partnerverlag von Das Örtliche ist Röser von Anfang an begeistert über die Kooperation von Das Örtliche mit dem DFB, der das Unternehmen mit dem Badischen Fußballverband zusammengebracht hat. „Danke Schiri ist eine tolle Aktion, die wir besonders gerne unterstützen“, sagt Annette Röser aus dem Vorstand.

Gleich in ihrer Begrüßung würdigte sie die wichtige Arbeit der Schiris: „Schiris sorgen dafür, dass es weitergeht. Sie tragen Verantwortung. Sie handeln im Hier und Jetzt. Sie haben den Mut, als Mensch zu entscheiden. Wir könnten in vielen anderen Bereichen der Welt Schiris gebrauchen. Applaus für alle Schiris der Welt!“ Auch Ronny Zimmermann (bfv-Präsident und Vizepräsident des DFB) ermutigte die Schiris: „Ihr seid alle Gewinnerinnen und Gewinner. Wir sind stolz auf Euch und sagen ganz herzlich Danke!“. In seinem sympathischen Impuls-Vortrag stellte er u. a. das „Jahr der Schiris“ vor, das unter dem Motto steht „Liebe den Sport. Leite das Spiel.“ Dass es, insbesondere nach den Pandemie-jahren, gerade im Amateurfußball an Schiris mangelt, und was das konkret

für unsere Gesellschaft bedeutet, machten Rüdiger Heiß (bfv-Vizepräsident) und Rolf Karcher (Verbandsschiedsrichterobmann) in ihren Beiträgen unmissverständlich klar. Umso wichtiger sind Aktionen wie „Danke Schiri“ oder „das Jahr der Schiris“.

Der ganze Saal freute sich mit den ausgezeichneten Anna Pfister, Markus Wieland, Jürgen Groh und Ramona Haberkorn, und die Veranstaltung klang in der lichtdurchfluteten Halle des Röser Medienhauses mit angeregten Gesprächen und Häppchen aus. ■ *PM Rudolf Röser Verlag und Informationsdienste AG, 4.04.23*

AZUBI-Initiative geht in die nächste Runde!

Die IHK Karlsruhe und das Röser Medienhaus vereinbaren Fortführung der guten Zusammenarbeit beim „Stellenmarkt für Auszubildende“

Seit vielen Jahren veröffentlichen die IHK Karlsruhe und das Röser Medienhaus das beliebte und erfolgreiche Magazin „Stellenmarkt für Auszubildende“. Auf die Fortführung der guten Zusammenarbeit haben sich jetzt Wencke Kirchner, Geschäftsbereichsleiterin Aus- und Weiterbildung bei der IHK, und Thomas Lochner, Geschäftsführer der Röser MEDIA GmbH & Co. KG, geeinigt.

„Der ‚Stellenmarkt für Auszubildende‘ ist im positiven Sinne eine wichtige Institution in der Region und wir freuen uns, dass wir auch in Zukunft die gelernte Partnerschaft fortführen können“, so Kirchner. „Die Ausbildungsexpertise der IHK ist für uns immens wichtig und ein richtiges ‚Gütesiegel‘, auf welches wir nicht verzichten wollen. Wir sind sehr dankbar, dass wir die gute Zusammenarbeit fortsetzen können“, erklärt Thomas Lochner weiter.

Der „Stellenmarkt für Auszubildende“ ist in der Print- und Online-Variante ein wichtiger Baustein bei der Rekrutierung von Azubis und Studierenden in der Region. Berufsbilder, Stellenangebote, Bewerbungstipps mit Interessen- und Eignungstests sowie viele weitere nützliche Informationen und Tipps unterstützen potentielle Auszubildende bei der Berufsfindung, Bewerbung und Arbeitsplatzsuche.

Das Magazin wird mit einer Auflage von 25.000 Exemplaren Anfang Juni 2023 kostenfrei an die künftigen Abgangsklassen aller allgemeinbildenden Schulen in der TechnologieRegion Karlsruhe gesendet.

Mit dem „Stellenmarkt für Auszubildende“ suchen und finden Firmen und Institutionen, Print und Online, Azubis, Schüler und Studenten für das Jahr 2023 und 2024.

www.stellenmarkt-fuer-auszubildende.de

Die neu gestaltete Homepage www.stellenmarkt-fuer-auszubildende.de sorgt darüber hinaus für noch mehr Kontakte und bietet Unternehmen die Möglichkeit, sich sowie ihre Ausbildungsplatzangebote zusätzlich mit einem Premiumprofil zu präsentieren und sich die besten Bewerber und Bewerberinnen zu sichern.

Azubi gesucht? Stelle gesucht?

Der „Stellenmarkt für Auszubildende“ bringt zusammen, was zusammengehört! ■

PM Röser MEDIA GmbH & Co. KG, 6.03.2023

Sutter LOCAL MEDIA liefert Marketing-Taktiken! Werbe-Experten neuer Business Partner von Rot-Weiss Essen.

Rot-Weiss Essen hat mit Sutter LOCAL MEDIA einen neuen Unterstützer an der Seite. „Wir machen Erfolg“: Nicht nur der sportliche Anspruch an der Hafestraße, sondern auch das Versprechen des neuen RWE-Business-Partners.

„Leidenschaft und Lokalität: Das ist es, was RWE und Sutter LOCAL MEDIA verbindet. Als Traditionsunternehmen mit Hauptsitz in Essen spielt die Region eine besondere Rolle für uns“, so Arndt Oldenburg, Gesamtverkaufsleiter bei Sutter LOCAL MEDIA.

„Als traditioneller Verlag der Verzeichnisse „Das Telefonbuch“, „Gelbe Seiten“ sowie „Das Örtliche“ machen wir uns bereits seit Jahrzehnten stark für kleine und mittelständische Unternehmen und stehen ihnen mittlerweile als Komplettanbieter in Sachen Marketing zur Seite.“

Woche für Woche schickt Rot-Weiss Essens Chef-Trainer Christoph Dabrowski seine Mannschaft mit der besten Taktik auf den Platz, um Spiele zu gewinnen. Wenn es darum geht, Kunden zu gewinnen und erfolgreiche Werbekampagnen zu erstellen, dann liefern die Marketing-Experten von Sutter LOCAL MEDIA die beste Lösung.

Über Sutter LOCAL MEDIA

Stark für die Region: Sutter LOCAL MEDIA ist der gemeinsame Markenauftritt der Unternehmen des Sutter Verzeichnisverlages. Als Spezialist und Komplettanbieter für verkaufstarke Werbekonzepte entwickelt das Unternehmen mit Hauptsitz in Essen für kleine und mittlere Unternehmen maßgeschneiderte, lokale Marketing-Taktiken. Das Unternehmen hat eine lange Tradition: Seit mittlerweile über 95 Jahren macht Sutter LOCAL MEDIA Kunden zu Fans.

Über 40.000 Kunden knüpfen jährlich mit den Marketinglösungen der Unternehmensgruppe erfolgreiche Geschäftskontakte und steigern nachhaltig ihre Umsätze. Ob es dabei um die Erstellung mobilfreundlicher Websites, professioneller Image-Filme und virtueller 360°-Panoramatauren geht oder um reichweitenstarke Verzeichniswerbung, adressierbarer TV-Werbung und performance-basiertes Advertising via Google, Facebook und Co. – Sutter LOCAL MEDIA findet für jeden Bedarf eine kluge Aufstellung und Taktik, sodass Ihr Unternehmen zum Spitzenreiter in Sachen Marketing wird.

■ *Quelle: rot-weiss-essen.de, 10.05.2023*

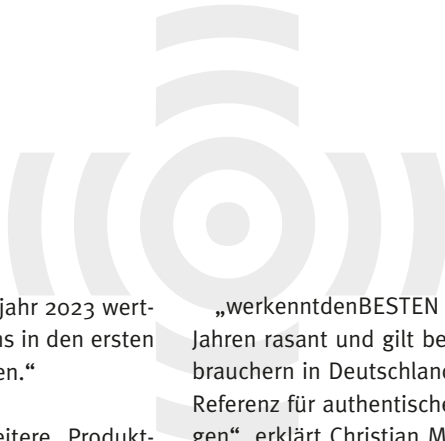
11880 Solutions AG legt Ergebnisse des Geschäftsjahres 2022 vor

Umsatz trotz schwierigem Marktumfeld auf Vorjahresniveau

Die 11880 Solutions AG hat im Geschäftsjahr 2022 einen Umsatz von 56,0 Millionen Euro erwirtschaftet und damit trotz eines wirtschaftlich schwierigen Umfelds das Vorjahresniveau von 56,1 Millionen Euro halten können. Das EBITDA 2022 lag bei 2,4 Millionen Euro (2021: 5,4 Millionen Euro). Damit lagen beide Ergebnisse am oberen Ende der Anfang November 2022 ausgegebenen Prognose von einem Umsatz zwischen 54,0 und 56,5 Millionen Euro und einem EBITDA von 1,5 bis 2,5 Millionen Euro.

Das Digitalgeschäft steuerte 43,7 Millionen Euro (2021: 43,3 Millionen Euro) zum Gesamtumsatz bei und erwirtschaftete ein EBITDA von 2,3 Millionen Euro (2021: 5,2 Millionen Euro). Im Geschäftsjahr 2022 konnten in diesem Segment 1.578 Unternehmenskunden hinzugewonnen werden. Das Segment Telefonauskunft erwirtschaftete bei einem ausgeglichenen EBITDA von 0,1 Millionen Euro (2021: 0,2 Millionen Euro) einen Umsatz von 12,4 Millionen Euro (2021: 12,8 Millionen Euro). Der marktbedingte Rückgang des Anrufvolumens bei der Telefonauskunft setzte sich auch im Geschäftsjahr 2022 fort, konnte jedoch mit einem wachsenden Call Center Services-Geschäft nahezu vollständig kompensiert werden.

„2022 war kein leichtes Jahr. Dennoch haben wir deutlich weniger Federn lassen müssen als viele andere Marktteilnehmer. Im Gegenteil: Wir konnten sogar neue Kunden hinzugewinnen“, sagt Christian Maar, Vorstandsvorsitzender der 11880 Solutions AG. „Auch hinter den Kulissen haben wir als Team im Geschäftsjahr 2022 viel erreicht, denn wir haben einige neue Produkte entwickelt und auf den Markt gebracht, die wir



nun im laufenden Geschäftsjahr 2023 wertschöpfen werden. Das ist uns in den ersten Monaten bereits gut gelungen.“

2023 stehen wieder weitere Produktinnovationen auf der Agenda der 11880 Solutions AG. Vorrangiges Ziel ist jedoch, das laufende Geschäftsjahr profitabel abzuschließen. Darüber hinaus prüft die Gesellschaft fortlaufend sinnvolle Kooperationen und Zusammenschlüsse, um unabhängig und nachhaltig zu wachsen.

Für das laufende Geschäftsjahr 2023 erwartet die 11880 Solutions AG auf Konzern-Ebene einen Umsatz zwischen 54,8 und 60,6 Millionen Euro und ein EBITDA zwischen 3,3 und 4,3 Millionen Euro.

Der Geschäftsbericht 2022 der 11880 Solutions AG steht zum Download bereit unter: <https://ir.11880.com/finanzberichte> Im Segment Digital wurden die Umsatzerlöse des Geschäftsjahres 2021 nachträglich angepasst, s. Geschäftsbericht 2022, S. 74, Konzernanhang, Kapitel 6.3. ■ *PM 11880 Solutions AG, 30.03.2023*

11880 Solutions AG baut Bewertungsportal werkenntdenBESTEN weiter aus: Von Usern bewertete Top-Unternehmen werden ausgezeichnet

Die 11880 Solutions AG baut ihr Bewertungsportal werkenntdenBESTEN.de weiter aus. Ab sofort werden die von Usern deutschlandweit am besten bewerteten Unternehmen jährlich ausgezeichnet. Der neue werkenntdenBESTEN-Award wird den beliebtesten Anbietern in den meistgesuchten Branchen nach Stadt oder Region verliehen. Die ausgezeichneten 11880.com-Unternehmenskunden (<https://www.werkenntdenbesten.de/die-besten>) können mit dem Vertrauen, das ihnen Kunden mit guten Online-Bewertungen geschenkt haben, kostenlos on- und offline werben.

„werkenntdenBESTEN wächst seit Jahren rasant und gilt bei immer mehr Verbrauchern in Deutschland als unabhängige Referenz für authentische Nutzerbewertungen“, erklärt Christian Maar, Vorstandsvorsitzender der 11880 Solutions AG. „Mit der neuen Auszeichnung der am besten bewerteten Unternehmen wollen wir unseren Nutzern noch mehr Hilfestellung bei der Auswahl der passenden KFZ-Werkstatt, des Friseurs oder Dienstleisters bieten und den besten KMU in ganz Deutschland für ihre Leistung öffentliche Anerkennung zollen.“

Für das Jahr 2022 zeichnet werkenntdenBESTEN rund 24.000 KMU in Deutschland aus. Die Auswahl der Unternehmen und der dazugehörigen Branchen wurde ausschließlich von Nutzern getroffen und basiert auf Bewertungen, die im gesamten Jahr 2022 für die jeweiligen Unternehmen online abgegeben wurden. werkenntdenBESTEN aggregiert weit mehr als 100 Millionen Bewertungen aus 52 Online-Portalen. „Bei unseren Awards setzt sich die Jury aus vielen Millionen Nutzern zusammen, die ihre Kundenerfahrungen online weitergeben“, sagt Lars Schwede, Head of Business Unit werkenntdenBESTEN. „Für KMU zahlt es sich aus, wenn sie aktiv Bewertungen ihrer Kunden einfordern, denn Betriebe mit vielen echten positiven Kundenbewertungen haben einen klaren Wettbewerbsvorteil.“

Die zunehmende Relevanz von Online-Bewertungen bei Kaufentscheidungen spiegelt sich in der Nutzung von werkenntdenBESTEN wider: Wurde das Portal zu Beginn häufig über die großen Suchmaschinen gefunden, verzeichnet es heute bereits mehr als zwei Drittel Direktzugriffe.

Die **11880 Solutions AG** ist ein börsennotiertes Unternehmen mit Hauptsitz in Essen. Seit mehr als einem Vierteljahrhundert vermitteln die Telefonauskunft 11880 und das Online-Branchenbuch 11880.com Verbraucher schnell und zuverlässig an Privatpersonen oder Unternehmen in ganz Deutschland. KMU nutzen 11880.com mit mehr als 20 Fachportalen der wichtigsten Branchen zur Vermarktung ihres Angebots. Von einem Eintragservice in den größten

Suchmaschinen über Homepages bis hin zu Suchmaschinenwerbung bietet das 11880.com-Portfolio eine Vielzahl von Produkten zur Erhöhung der Online-Sichtbarkeit. Ergänzt wird das Angebot um einen Sekretariatsservice, Call Center-Dienstleistungen für größere Unternehmen, das Jobportal wirfindeneinenJOB.de, das werkenntdenBESTEN.de-Paket zum effektiven Management von Online-Bewertungen und das Analyseportal Localytx. ■ *PM 11880 Solutions AG, 13.03.2023*

Noch mehr Expertise im Event-Geschäft für IT-Professionals

Heise Medien erwirbt Mehrheit an SIGS DATACOM

Die Heise Medien GmbH & Co. KG hat im Mai 80 Prozent der SIGS DATACOM GmbH von Günter Fuhrmeister im Zuge einer Nachfolgeregelung erworben. Heise Medien erweitert mit dem Kauf seine Expertise im Content- und Eventgeschäft. SIGS DATACOM ist ein internationales und herstellerunabhängiges Unternehmen für Weiterbildung in der Informationstechnologie. Die IT-Magazine (IT-SPEKTRUM, JavaSPEKTRUM, BI-SPEKTRUM, German Testing Magazin) und die Konferenzen in den Bereichen Softwarearchitektur (OOP, Software Architecture Alliance (SAA), SEACON), Testing (German Testing Day (GTD)), Data & Analytics (TDWI Konferenz München, TDWI Virtual) und Data Science (c/o data science) sowie das IT-Fachinformationsportal sigs.de ergänzen künftig das Portfolio von Heise Medien und der Heise Academy. Sowohl SIGS DATACOM als auch Heise sprechen IT-Professionals an.

Mit dem Flaggschiff, der OOP-Konferenz, hat SIGS DATACOM seit über 30 Jahren eine Veranstaltung mit großer Strahlkraft im Portfolio. Die Konferenz gilt als Pflichttermin für IT-Professionals und Business-Profis, die sich zum Thema Softwarearchitektur wei-



terbilden wollen. „Mit ihrem anspruchsvollen Konferenzprogramm, ihren etablierten Magazinen sowie ihrem Know-how in der Lead-Generierung passt SIGS DATACOM wunderbar zu uns“, erklärt Ansgar Heise, Geschäftsführer der Heise Gruppe. „Zudem werden wir von der Data & Analytics-Expertise profitieren, einem so wichtigen Bereich im wachstumsgetriebenen Mediengeschäft. Wir sind schon lange miteinander im Gespräch und freuen uns sehr, dass wir jetzt zusammenkommen.“

„Unsere Verbindung nach Hannover war schon immer sehr eng. Für uns bei SIGS DATACOM ist Heise der absolute Wunschpartner im IT-Medien-Markt. Hier finden unsere Marken und vor allem unsere erfolgreichen Konferenzen ein natürliches Zuhause. Gemeinsam schauen wir jetzt nach vorn und steuern die nächste Wachstumsphase an“, so die beiden Geschäftsführer von SIGS DATACOM Viktor Paland und Christoph Kreutz.

„Inhaltlich, mit Blick auf die beiden aktuellen Produkt-Portfolios, ist dieser Zusammenschluss der logische nächste Schritt“, erklärt Günter Fuhrmeister, Gesellschafter und Gründer von SIGS DATACOM.

Der bisherige Mehrheitsgesellschafter Günter Fuhrmeister hat 80 Prozent seiner Anteile an Heise verkauft. Die übrigen Geschäftsanteile an SIGS DATACOM halten Viktor Paland (10 Prozent), Christoph Kreutz (5 Prozent) und Günter Fuhrmeister (5 Prozent). Günter Fuhrmeister bleibt SIGS DATACOM in beratender Funktion verbunden.

SIGS DATACOM agiert weiterhin am Standort Troisdorf. Die Mehrheitsbeteiligung von Heise hat keinerlei Auswirkungen auf Standort, Führung der Geschäfte und Unternehmenskultur.

Über SIGS DATACOM

Als führender Weiterbildungsanbieter für die Themen Software-Architektur und Soft-

Günter Fuhrmeister und Ansgar Heise besiegeln den Verkauf

ware-Engineering, Data und Insights sowie Artificial Intelligence bietet SIGS DATACOM Software-Architekten, IT-Projektleitern, IT-Managern, erfahrenen Programmierern, Entwicklern und Business Intelligence/Analytics-Professionals, -Projektleitern und -Consultants sowie AI-Professionals und Data Scientists hochwertige Fachinformationen an.

SIGS DATACOM ist ein herstellerunabhängiges und internationales Unternehmen für Weiterbildung in der Informationstechnologie.

Das Unternehmen bietet zahlreiche hochwertige Weiterbildungsmöglichkeiten, sei es auf Konferenzen, durch Seminare oder mit Fachzeitschriften und vielen weiteren Publikationen (Print und online).

Als führender Weiterbildungsanbieter liegen die Kompetenzen in den Bereichen Software-Architektur und -Entwicklung sowie Business Intelligence, Datenmanagement und Analytics. SIGS DATACOM bietet Software-Architekten, IT-Projektleitern, erfahrenen Programmierern, Entwicklern sowie Business Intelligence-Professionals und -Consultants hochwertige Fachinformationen an.

Über Heise Medien

Heise Medien steht für hochwertigen und unabhängigen Journalismus. Mit c't und iX verlegt das Medienunternehmen zwei erfolgreiche Computertitel, außerdem das zukunftsweisende Technologiema-gazin Technology Review sowie das mehrfach ausgezeichnete Online-Magazin Telepolis. Der Internet-Auftritt für IT-Interessierte, heise online, ist das Leitmedium für deutschsprachige Hightech-Nachrichten. Die E-Learning-Plattform heise Academy spricht mit digitalen Kursen, Webinaren, Schulungen und Konferenzen ein gehobenes IT-Fachpublikum an. Heise Medien ist ein Unternehmen der Heise Gruppe, zu der auch die Preisvergleichsportale geizhals.de, guens-tiger.de und tarife.at gehören. ■ *PM Heise Medien, 2.05.2023*

Heise Medien übernimmt die Shopping-Plattform Forum GmbH



Bild: Heise Medien

Heise erweitert seinen Geschäftsbereich Shopping-Portale

V. r. n. l. Ansgar Heise, Geschäftsführer Heise Gruppe, Fabian Rohr, Geschäftsführer Forum, Johanna Heise, Head of Brand Heise Gruppe.

Heise Medien hat mit 74,9 Prozent die Mehrheit an dem Foren-Anbieter Forum GmbH übernommen. Die ursprünglich als deutsche Reddit-Alternative gegründete Plattform bietet Community-Deals und Push-Benachrichtigungen zu Verfügbarkeiten von Produkten mit Lieferengpässen.

„Forum passt ideal zu unserem Geschäftsbereich Shopping-Portale“, sagt Ansgar Heise, Geschäftsführer der Heise Gruppe. „Fabian Rohr hat uns mit seiner Geschäftsidee und seiner Plattform überzeugt. Mit ihm haben wir einen kompetenten und kreativen Partner an unserer Seite; wir freuen uns auf die Zusammenarbeit.“ Gründer und Geschäftsführer Fabian Rohr: „Wir sehen hier starke Synergien. Heise ist Experte in der IT-Medienlandschaft und hat mit geizhals.de, guentiger.de, tarife.at und techstage.de führende Preisvergleichsportale an Bord. Für uns ist Heise der perfekte Partner, um unsere Plattform weiterzuentwickeln und zu skalieren. Ich freue mich sehr und bin gespannt, wo die gemeinsame Reise hingeht.“

Die Forum-App ermöglicht den Kauf von Produkten, die nur selten verfügbar oder



erwartungsgemäß schnell ausverkauft sind. Dazu zählen im Gaming-Sektor, auf den sich Forum spezialisiert hat, nicht nur Konsolen, sondern auch Grafikkarten und limitierte Special Editions von Spielen. Künftig sollen auch Produkte aus anderen Branchen integriert werden.

Über Forum

Ursprünglich hat Fabian Rohr die Plattform als deutschsprachige Reddit-Alternative entwickelt. Nutzer können Deals, Links, Textbeiträge, Bilder und Umfragen in über 3.800 Foren posten, lesen und gegenseitig bewerten, miteinander chatten und neuerdings durch Erwähnung des @ChatGPT Accounts in den Kommentaren direkt mit der KI von OpenAI interagieren.

Deals werden eingeteilt in Schnäppchen, Verfügbarkeiten und Vorbestellungen. Deal-Alarmer zu den gewünschten Produktkategorien benachrichtigen die Nutzer via der Forum-App oder Mail über die neuesten Posts der Community.

Kurz nach Launch der PlayStation 5 im November 2020 hat Rohr seinen „PS5 Bot“ in die Plattform integriert, der bei Verfügbarkeit der Konsole informierte. Durch die mediale Berichterstattung wuchs Forum rasant und ermöglichte seinen Nutzern Hunderttausende Käufe von den begehrten Spielekonsolen PlayStation 5 und Xbox Series X. ■ *PM Heise Medien, 25.04.2023*

Heise RegioConcept hilft KMU bei der Mitarbeitersuche Job-Paket mit Jobbörse und Schnellbewerbungstool



Um kleine und mittlere Unternehmen bei ihrer Mitarbeitersuche zu unterstützen, hat Heise RegioConcept ein Paket aus mehreren Dienstleistungen zusammengestellt: Die neue Jobbörse better-jobs.de mit integrier-

tem Schnellbewerbungsprozess erleichtert Interessierten die Kontaktaufnahme, eine zeitgleiche Veröffentlichung der Anzeige bei Google und eBay-Kleinanzeigen erhöht die Reichweite.

„Egal ob Sanitärinstallateur, Autohaus oder Tischlerei – unsere Medienberater und Medienberaterinnen hören von ihren Kunden täglich von deren Problemen, qualifizierte Mitarbeiter zu finden“, berichtet Karsten Marquardsen, Geschäftsführer bei Heise RegioConcept. „Fachkräftemangel ist und bleibt das vorherrschende Thema im Deutschen Mittelstand.“ Hier setzt das neue 3-in-1-Job-Paket von Heise RegioConcept an: „Neben der Platzierung der Stellenausschreibung in unserem neuen Jobportal better-jobs.de mit dem einfach zu handhabenden Bewerbungstool bieten wir eine optimierte GoogleAds Job-Kampagne an. Zudem gehört eine Anzeige bei eBay Kleinanzeigen, die sieben Tage als Top-Anzeige platziert wird, zum Paket“, erklärt Finn Hassold, Leiter Produktmanagement Digital, die Bestandteile. Das Job-Angebot wird so markiert, dass es im Idealfall direkt in der Google-Trefferliste unter ‚Google for Jobs‘ gelistet wird.

„Wir übernehmen für den Kunden den organisatorischen Aufwand rund um seine Stellenausschreibung und sorgen für eine optimale Verbreitung der Anzeige“, betont Karsten Marquardsen. Zusätzlich können Anzeigen bei Spotify sowie bei Facebook und Instagram gebucht werden.

Über Heise RegioConcept

Fünf Verzeichnisverlage und zwei Agenturen von Heise & Dumrath Medien agieren unter der gemeinsamen Dachmarke Heise RegioConcept. Heise RegioConcept bietet mittelständisch geprägten Kunden alles für ihre regionale und lokale Werbung aus einer Hand: Web- und App-Auftritte, professionelles Suchmaschinenmarketing, Social-Media-Konzepte sowie eine optimale Auffindbarkeit in Verzeichnissen. ■ *PM Heise Medien GmbH & Co. KG, 8.05.2023*

Heise RegioConcept erneut unter den Top-Anbietern für Google-Produkte Heise Media Service erhält auch 2023 den Status „Google Premium-Partner“

Heise Media Service ist Premium Partner 2023 im Rahmen des Google Partners-Programms. Damit gehört die in Hannover und Hamburg ansässige Online-Marketing-Agentur zu den 3 Prozent der Google Partner in Deutschland, die den Premium Status erreicht haben. Unter der Dachmarke Heise RegioConcept bietet Heise Media Service als Full-Service-Agentur kleinen und mittelständischen Unternehmen bundesweit Online-Marketing-Maßnahmen aus einer Hand.

Diesen Monat hat Google die Leistungen erfolgreicher Online-Marketing-Agenturen auf der ganzen Welt anerkannt – mit der Vergabe des Premium-Partner-Status im Rahmen des Google Partners-Programms.

„Wir freuen uns sehr, dass wir den Premium-Partner-Status wieder erreicht haben“, betont Geschäftsführer Karsten Marquardsen. „Mit den damit verbundenen Möglichkeiten können unsere durch Google zertifizierten Expertinnen und Experten unsere Kunden noch besser bei ihren Online-Marketing-Aktivitäten unterstützen: Wir sorgen dafür, dass kleine und mittelständische Unternehmen mit ihren Angeboten und Leistungen optimal bei Google gefunden werden.“

Das Google Partners-Programm richtet sich an Werbeagenturen und Drittanbieter, die Google Ads-Konten im Namen anderer Unternehmen verwalten. Ziel des Programms ist es, Unternehmen innovative Tools, Ressourcen und Unterstützung an die Hand zu geben, damit diese ihren Kundinnen und Kunden beim erfolgreichen Aufbau ihres Onlinegeschäfts helfen können.

Über Heise RegioConcept

Heise Media Service sowie weitere Unternehmen von Heise & Dumrath Medien agieren unter der gemeinsamen Dachmarke Heise RegioConcept. Heise RegioConcept bietet mittelständisch geprägten Kunden und Inserenten das, was sie für ihre regionale und lokale Werbung suchen, aus einer Hand: eine optimale Auffindbarkeit in Verzeichnissen, Web- und App-Auftritte, professionelles Suchmaschinenmarketing sowie Social-Media-Konzepte. ■ *PM Heise RegioConcept, 27.02.2023*

Online-Marketing-Ratgeber von Heise RegioConcept Neues E-Book: „Google Ads für Einsteiger“

Online-Werbung ist eine effektive Möglichkeit, wenn man als Unternehmer, Freelancer oder Selbstständiger mit seinen Produkten und Leistungen schnell im Internet sichtbar werden möchte. Wie Mittelständler das Werbesystem Google Ads nutzen können, steht im aktuellen E-Book von Heise RegioConcept.

„Google Ads für Einsteiger“ richtet sich vor allem an lokale Unternehmen, die bisher noch keine oder wenig Berührungspunkte mit dem Thema hatten. Sie erfahren, welche Werbeformen es gibt, wie Google-Ads-Kampagnen funktionieren, wie sich die Klickpreise berechnen und wie man die richtigen Keywords findet. 10 praktische Tipps helfen aber auch Fortgeschrittenen dabei, erfolgreich über Google zu werben.

„Google Ads ist heute eine der wichtigsten Möglichkeiten, um die Sichtbarkeit von Unternehmen zu erhöhen und Produkte und Dienstleistungen bekannt zu machen“, sagt Ansgar Heise, Geschäftsführer bei Heise RegioConcept. „Mit Google Ads sprechen sie ihre Zielgruppe genau dann an, wenn diese aktiv nach entsprechenden Produkten und Dienstleistungen sucht.“

Interessierte können das E-Book als PDF kostenfrei auf der Website von Heise RegioConcept anfordern. „Google Ads für Einsteiger“ ist in Zusammenarbeit mit der just 4 business GmbH entstanden, einem Unternehmen von Heise Medien. Das nächste E-Book ist bereits in Planung: Es wird angesichts des Fachkräftemangels Möglichkeiten aufzeigen, wie Unternehmen Mitarbeiter finden und halten.

Über Heise RegioConcept

Heise RegioConcept bietet kleinen und mittleren Unternehmen Dienstleistungen für lokales Marketing an. Dazu zählen sowohl Homepage-Lösungen und App-Entwicklung als auch Suchmaschinenwerbung und Suchmaschinenoptimierung. Professionelle Präsentationen in sozialen Netzwerken und Online-Verzeichnissen gehören ebenfalls zum Leistungspaket. Heise RegioConcept ist zertifizierter Microsoft Advertising Select Channel Partner und Google Premium Partner. ■ *PM Heise RegioConcept, 16.02.2023*

Überall stellt neuen digitalen Revenue Assistant vor – mit KI und ChatGPT

Plattformweiterungen eröffnen Unternehmen mit mehreren Standorten bisher unentdeckte Umsatzmöglichkeiten

Die führende digitale Marketingplattform Überall gibt eine Reihe neuer Funktionen durch die Integration von Künstlicher Intelligenz (KI) und ChatGPT bekannt. Die Einbettung erfolgt über die gesamte Plattform Überall CoreX hinweg – einschließlich Messages, Reviews und Local Inventory – und hilft lokalen Unternehmen, neue Umsatzmöglichkeiten zu erschließen.

„Für Unternehmen mit mehreren Standorten ist die Beantwortung von Kundenanfragen über Hunderte oder sogar Tausende von Unternehmensprofilen und sozialen Kanälen hinweg eine gewaltige Aufgabe. In den meisten Fällen ist das schlicht und ergreifend nicht zu bewältigen, sodass es letztlich

zu Umsatzeinbußen kommt. KI-Anwendungen der nächsten Generation, wie ChatGPT, eignen sich perfekt, um solche Probleme zu lösen“, sagt **Ana Martinez, CTO von Überall**. „Die KI-Chat-Lösung von Überall kann man sich wie eine Art digitales Team vorstellen, das High-Intent-Käufer:innen während der gesamten Customer Journey die richtigen Informationen genau zur richtigen Zeit liefert.“

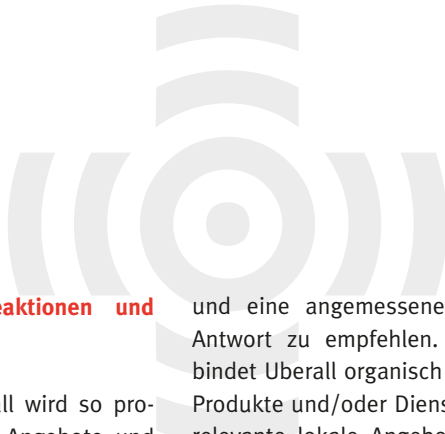
KI-gesteuerte Chatbots entwickeln sich rasant zu einer der schnellsten und bequemsten Möglichkeiten für Kund:innen, um mit Marken zu interagieren. 75 Prozent der Verbraucher:innen geben an, dass sie lieber via Chat als über traditionelle Kanäle mit Marken kommunizieren. Allerdings verwalten 72 Prozent der Unternehmen den Chat auf ihrem lokalen Google Unternehmensprofil nicht aktiv, wodurch sie Kund:innen und dementsprechend Umsätze verlieren.

Überall präsentiert neuen digitalen Revenue Assistant mit ChatGPT

Mit Überall können Marken KI und ChatGPT einsetzen, um höhere Gewinnchancen aus Online-Kundeninteraktionen auf Google Chat oder Q&A, Instagram oder Facebook Messenger sowie Unternehmenswebseiten oder lokalen Webseiten zu erschließen. Dabei ermöglicht Überall unter anderem folgendes:

Empfehlungen basierend auf lokaler Verfügbarkeit

Das KI-Modell von Überall wird darauf trainiert, Gespräche mit Kund:innen zu führen und persönliche Empfehlungen zu geben. Zum Beispiel können sie sich nach einem bestimmten Produkt in einer Filiale erkundigen: „Haben Sie am Berliner Alexanderplatz Damenschuhe von Adidas in Größe 39 vorrätig?“. Der digitale Revenue Assistant von Überall leitet Kund:innen dann zum passendsten Angebot weiter. Die derzeit in einem Pilotprojekt getestete Anwendung wird durch die Verbindung von Überalls Local Inventory und ChatGPT ermöglicht und erlaubt Einzelhändler:innen eine dynamische Online-Werbung für lokal vorrätige Produkte.



Einbindung von Werbeaktionen und Rabatten

Das KI-Modell von Uberall wird so programmiert, dass es lokale Angebote und Rabatte bewirbt, sobald sie verfügbar sind. Diese kann das Tool auch für automatische Antworten auf Bewertungen verwenden, um treue Kund:innen zu erneuten Einkäufen zu bewegen oder unzufriedene Kund:innen zu motivieren, dem Unternehmen eine weitere Chance zu geben.

Unterstützung bei Reservierungen und Buchungen

Das KI-Modell von Uberall wird zudem Kund:innen von Google, Messengern und anderen Kanälen helfen, Reservierungen oder Buchungen vorzunehmen. Auch diese Erweiterung wird aktuell getestet und durch die Verbindung mit Buchungs- und Reservierungsfunktionen über die Uberall-Schnittstelle ermöglicht. Mit Verfügbarkeiten und Buchungshilfen in Echtzeit erhöhen Unternehmen die Wahrscheinlichkeit, ihre Einnahmen über beliebte Verbraucherkanäle zu steigern.

„Der KI-Messenger von Uberall ist für uns ein Game Changer. Er ermöglicht es uns, Conversational Commerce leicht und zuverlässig zu implementieren. Dank der neuen Lösung können wir zahlreiche Antworten automatisieren – insbesondere Terminanfragen, die 70 Prozent unserer eingehenden Nachrichten ausmachen“, sagt Letizia Julie, Digital Marketing Project Manager bei DEKRA.

Authentische Antworten mit Uberalls ChatGPT-Lösungen

Mit der Integration von ChatGPT wird das Bewertungsmanagement noch einfacher. Uberall macht es Unternehmen bereits jetzt leicht, in großem Umfang auf Standortbewertungen zu reagieren. Durch die Integration von ChatGPT im Laufe dieses Jahres können Unternehmen darüber hinaus authentische Antworten auf Kundenbewertungen geben. Uberall trainiert seine KI-Modelle zur Beantwortung von Bewertungen, um das Kundenfeedback richtig zu verstehen

und eine angemessene, markengerechte Antwort zu empfehlen. Auf diese Weise bindet Uberall organisch Empfehlungen für Produkte und/oder Dienstleistungen sowie relevante lokale Angebote ein. Dabei haben Unternehmen weiterhin jederzeit die vollständige Kontrolle über Antworten und können sie vor der Veröffentlichung nach Bedarf prüfen.

Über Uberall

Uberall unterstützt die weltweit größten und innovativsten stationären Geschäfte dabei, relevant, wettbewerbsfähig und profitabel zu bleiben, indem es Online-Sichtbarkeit, Ladenbesuche sowie Markentreue fördert.

Die lokale digitale Marketingplattform Uberall CoreX hilft dabei, die Verwaltung von Standortdaten, lokalen Kampagnen und Online-Reputation auf Plattformen wie Google Business Profile, Apple Maps, Facebook, Instagram, Yelp und Nextdoor zu vereinheitlichen und zu vereinfachen. Mithilfe der vollständig integrierten Plattform können dynamische, globale Marketingteams ihre Markenkonsistenz im lokalen Web gewährleisten, Transaktionen steigern sowie die Wirkung ihrer Maßnahmen messen.

Uberall wurde 2013 gegründet und hat seinen Hauptsitz in Berlin. Derzeit betreut Uberall mit seinen mehr als 400 Mitarbeiter:innen über 1.850 Unternehmen mit mehreren Standorten in 170 Ländern.

Weitere Informationen auf www.uberall.de | LinkedIn | YouTube | Facebook | Twitter
■ PM uberall GmbH, 14.03.2023

Gelbe Seiten gehört zu Deutschlands besten Online-Portalen

Das Branchenverzeichnis Gelbe Seiten zählt aus Sicht von Verbraucherinnen und Verbrauchern zu den besten Online-Portalen in Deutschland. In einer bevölkerungsrepräsentativ angelegten Befragung, an der

mehr als 52.000 Nutzerinnen und Nutzer von Online-Portalen teilnahmen, kam Gelbe Seiten in der Kategorie „Branchenverzeichnisse“ unter die Top 3 und zählt damit zu den Preisträgern des Kunden-Awards. Dabei überzeugte die Nutzerinnen und Nutzer besonders der Kundenservice; aber auch Angebot und Leistung und der Internetauftritt schnitten gut ab.

Ob Shopping, Finanzen oder Haushalt: Online-Portale sind für viele Bürgerinnen und Bürger in Deutschland wichtige Begleiter im Alltag, aber auch Ratgeber und Problemlöser in vielen Lebenslagen. Mit dem Award „Deutschlands Beste Online-Portale“ zeichnen das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) und der Fernsehsender n-tv Plattformen aus, die bestmöglich auf die Bedürfnisse von Verbraucherinnen und Verbrauchern eingehen. Damit liefert die Untersuchung Antworten auf die Frage, welche Anbieter aus Sicht der Nutzerinnen und Nutzer am besten sind. Dabei wurde Gelbe Seiten zum wiederholten Male mit dem Award „Deutschlands Beste Online-Portale“ ausgezeichnet.

Verbraucher loben Gelbe Seiten

„Dass es sich bei der Befragung nicht um eine Jury, sondern um das Urteil der echten Verbraucherinnen und Verbraucher handelt, macht uns besonders stolz. Der Anspruch unserer Plattform ist es nämlich stets, als Ratgeber an der Seite unserer Kundinnen und Kunden zu stehen. Dass wir zu Deutschlands besten Online-Portalen gehören, ist der Beweis, dass uns das jeden Tag aus Neue gelingt“, sagt Dirk Schulte, Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketing-Gesellschaft. Die Bewertung sei „ein wichtiges Tool, um die Qualität und den Leistungsumfang unseres Angebots zu überprüfen“, so Schulte weiter. Gleichzeitig sei die Auszeichnung aber auch Ansporn, das Portal auch künftig permanent weiterzuentwickeln.

In der Befragung werden zahlreiche Kriterien abgefragt, um die Kundenzufriedenheit zu erfassen. Dazu gehören zum Beispiel die Qualität und die Vielfalt der Dienstleistung, die Reaktion auf Kundenanfragen,

aber auch der Informationsgehalt und der Nutzwert des Internetportals. Zudem floss die Bereitschaft der Kundinnen und Kunden, das Portal weiterzempfehlen, in das Ergebnis ein. Bewertet wurden insgesamt 663 Unternehmen, für die jeweils mindestens 80 Kundenmeinungen eingingen.

Reichweitenstärkstes Branchenverzeichnis Deutschlands

Gelbe Seiten liefert deutschlandweite Informationen von Gewerbetreibenden, freiberuflich Tätigen und Institutionen mit rund 3,7 Millionen Einträgen aus 4.853 Branchen. Mit 4,5 Millionen Visits pro Monat und 40,4 Millionen Suchen pro Jahr ist Gelbe Seiten das reichweitenstärkste Online-Branchenverzeichnis Deutschlands. 87 Prozent der Nutzer kauften nach einer erfolgreichen Kontaktaufnahme bei einem oder mehreren Anbietern ein. Im Schnitt werden pro Einkauf 895 Euro für Waren oder Dienstleistungen ausgegeben.

Gelbe Seiten entwickelt das eigene Online-Angebot stetig weiter. Features wie die Online-Ratgeber, der Schlüssel- oder der Vermittlungsservice versorgen die Nutzer mit wichtigen Alltagstipps und leisten konkrete Hilfestellung. Mit nur wenigen Klicks finden Verbraucher qualitätsgeprüfte Dienstleistungen in ihrer Umgebung oder können sich direkt ein Angebot erstellen lassen. Dabei steht die Nutzerfreundlichkeit stets im Fokus, was sich in der übersichtlichen Struktur von Website und Online-Features sowie in der einfachen Bedienbarkeit widerspiegelt.

Über Gelbe Seiten

Gelbe Seiten wird von DTM Deutsche Tele Medien und 16 Gelbe Seiten Verlagen gemeinschaftlich herausgegeben. Die Herausgeber-GbR gewährleistet, dass die vielfältigen Inhalte von Gelbe Seiten als Spezialist für Branchenverzeichnis-Angebote den Nutzern als Buch, online und mobil über www.gelbeseiten.de sowie u. a. als Apps für Smartphones und Tablets zur Verfügung stehen und kontinuierlich weiterentwickelt werden. Im Jahr 2021 verzeichneten die Produkte von Gelbe Seiten medienübergreifend ca. 651 Mio. Nutzun-

gen*. Darüber hinaus ist Gelbe Seiten auch als sprachbasierter Alexa Skill verfügbar und kann mit „Alexa, öffne Gelbe Seiten“ aufgerufen werden. Die Bezeichnung Gelbe Seiten ist in Deutschland eine geschützte und auf die Gelbe Seiten Zeichen GbR eingetragene Wortmarke. Ebenfalls besteht u. a. Markenschutz für die Gelbe Seiten Zeichen-GbR für eine abstrakte Verwendung der Farbe Gelb.

*Quelle: GfK-Studie zur Nutzung der Verzeichnismedien 2021; repräsentative Befragung von 15.849 Personen ab 16 Jahren, Juli-September 2021 ■ *PM Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft mbH, 22.05.2023*

Steuerberater*innen bringen bares Geld

*Umfrage von Gelbe Seiten belegt Nutzen einer Zusammenarbeit mit Kanzleien; viele Kund*innen sparen zwischen 1.000 und 5.000 Euro; Kund*innen schätzen vor allem gute Beratung.*

Die langfristige Zusammenarbeit mit einem guten und vertrauenswürdigen Steuerberater kann für Verbraucher*innen zu erheblichen finanziellen Einsparungen führen. Wie eine Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Innofact im Auftrag von Gelbe Seiten ergab, sparen die Kunden fast jeder dritten befragten Kanzlei dank guter Beratung zwischen 1.000 und 5.000 Euro. Weitere 42 Prozent der Steuerberater*innen gaben an, dass die Steuerrückerstattung bei ihren Mandant*innen zwischen 500 und 1.000 Euro gelegen habe.

Die Geldersparnis in Form einer höheren Steuerrückerstattung ist für viele Kund*innen von Kanzleien wohl auch einer der Gründe dafür, sich gegen eine eigenverantwortliche Steuererklärung zu entscheiden und stattdessen mit einem Profi zusammen zu arbeiten. So vermuten 51 Prozent der befragten Steuerberater*innen, dass dieser Aspekt einer der zentralen Vorteile

ist, weshalb Verbraucher*innen mit einem Dienstleister zusammenarbeiten.

Steuerberater*innen: Kund*innen schätzen gute Beratung, aber auch Zeitersparnis

Noch wichtiger ist demnach aber die gute Beratung, die Kund*innen dort zuteil wird, die 63 Prozent als Motivation für die Zusammenarbeit mit einem Steuerberater*innen nannten. Aber auch die sichere Einhaltung steuerrechtlicher Regeln, die Kund*innen nicht oder nur kaum kennen sowie die Tatsache, dass professionelle SteuerberaterInnen sich bei Auseinandersetzungen mit dem Finanzamt besser behaupten können (jeweils 60 Prozent) sind wichtige Argumente, die dafür sprechen, sich einen Experten/in bei Steuerfragen zur Seite zu holen. Zudem glauben die Berater*innen, dass die Einhaltung von Fristen bei der Abgabe (57 Prozent), die Zeitersparnis und die Tatsache, dass eine ungeliebte Tätigkeit nicht eigenhändig erledigt werden muss (jeweils 54 Prozent) aus Sicht der Nutzer*innen für die Kooperation mit einer Kanzlei spricht.

Aber auch wichtige Fragen rund um Spezial- und Sonderthemen, die Möglichkeit einer Fristverlängerung bei der Steuerabgabe (je 49 Prozent) wurden häufig genannt. Die reine Gewohnheit spielt dagegen mit 36 Prozent nur eine untergeordnete Rolle.

Kund*innen schätzen Vertrauenswürdigkeit und Kompetenz

„Unsere Umfrage belegt, wie wichtig es ist, sich in Finanzfragen auf keine Kompromisse einzulassen, sich bei der Auswahl eines Steuerberaters Zeit zu lassen und auf Qualität zu setzen. Gelbe Seiten ist als Branchenportal genau der richtige Ort für die Suche nach einem Dienstleister, weil Kund*innen an uns besonders Seriosität und Qualität schätzen – die gleichen Werte also, auf die es auch bei der Entscheidung für einen Steuerberater*in ankommen“, sagt Dirk Schulte, Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketing-Gesellschaft.

Das deckt sich mit den Aussagen der Steuerberater*innen auf die Frage, mit welchen Werten und Kompetenzen sie ihre

KundInnen besonders überzeugen wollen. Auf die Frage, was ihnen im Umgang mit Verbraucher*innen wichtig ist, gaben 67 Prozent Vertrauenswürdigkeit an, direkt dahinter im Ranking folgen Kompetenz (65 Prozent), die Kenntnis der aktuellen Gesetze (63 Prozent) und gute Erreichbarkeit (61 Prozent). Auch die Möglichkeit, einen dezidierten Ansprechpartner*in in der Kanzlei zu haben (57 Prozent) sowie die gegenseitige Sympathie (55 Prozent) sind demnach wichtige Argumente. Zudem schätzen Kund*innen laut Angaben der Berater*innen, wenn die Steuererklärung schnell bearbeitet wird (53 Prozent). Etwas weniger wichtig ist den Kanzleien die Möglichkeit einer digitalen Beratung (45 Prozent).

Steuerkanzleien: Branchenverzeichnisse vermitteln Neukund*innen

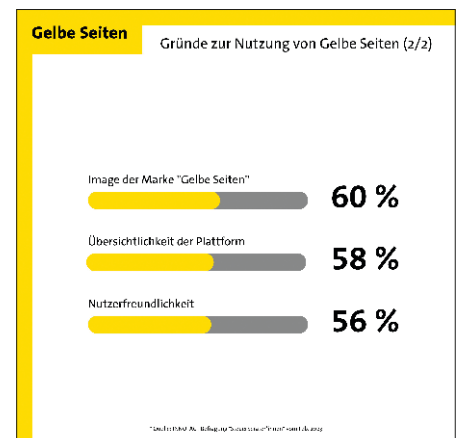
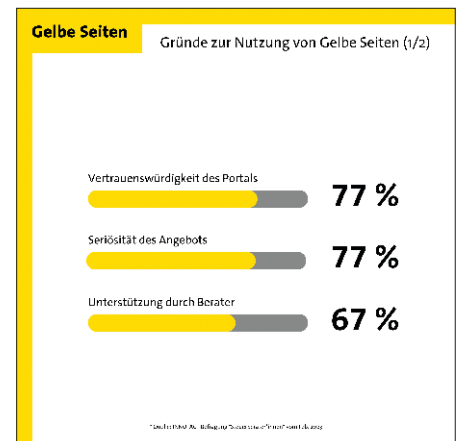
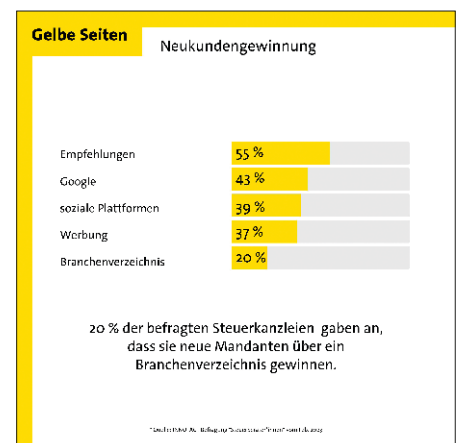
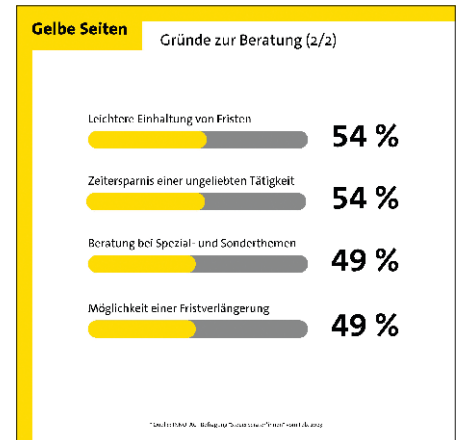
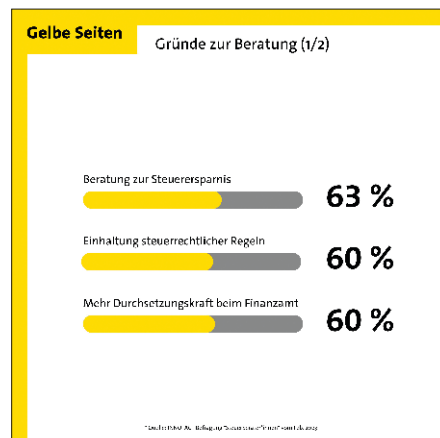
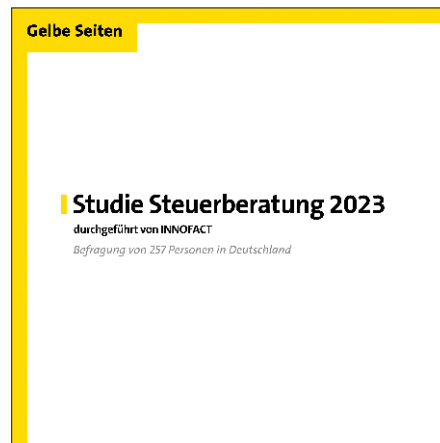
Im Wettbewerb um neue Mandant*innen gibt derzeit jeder vierte der Berater*innen, die die Herkunft ihrer Neukund*innen erfragen, an, dass Branchenverzeichnisse ein möglicher Weg sind, wie Mandant*innen zu ihnen gelangen, wie die Befragung ergeben hat. Die meisten Kanzleien nennen hier Empfehlungen, etwa aus dem Familien- oder Bekanntenkreis, (55 Prozent). Aber auch Google (43 Prozent), soziale Plattformen (39 Prozent) und Werbung (37 Prozent) spielen eine Rolle. Dabei fällt auf, dass bereits heute 20 Prozent der befragten Steuerexpert*innen Branchenverzeichnisse nutzen.

„Wir bieten Steuerkanzleien einen effizienten, seriösen Service, um nachhaltige Kundenbeziehungen zu Mandant*innen aufzubauen. Verbraucher*innen können auf unserer Plattform direkt und unkompliziert mit BeraterInnen in Austausch treten. Wir freuen uns, dass viele Steuerexpert*innen dieses Angebot seit Jahren aktiv nutzen“, so Schulte.

Gelbe Seiten überzeugt mit Image und Seriosität

Tatsächlich geben 77 Prozent jener Kanzleien, die Gelbe Seiten für die Akquise von Kund*innen nutzen, als zentrale Argumente

die Vertrauenswürdigkeit des Portals an, aber auch die Seriosität des Angebots und die Unterstützung der Berater*in bei der Erreichung ihrer Ziele wurden häufig genannt (je 67 Prozent). Darüber hinaus sprechen den Befragten zufolge das Image der Marke (60 Prozent), die Übersichtlichkeit der Plattform (58 Prozent) und die Nutzerfreundlichkeit (56 Prozent) für eine Zusammenarbeit mit Gelbe Seiten. ■ *PM Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft mbH, 6.04.2023*



Steuerberater*innen beklagen Mehraufwand durch Grundsteuerbescheide

*Steuerberater*innen zum Teil an der Grenze ihrer Leistungsfähigkeit – Gelbe Seiten wird als Portal zur Vermittlung von Mandanten positiv bewertet – Umfrage im Auftrag von Gelbe Seiten*

Der Aufwand zur Erstellung der Grundsteuerbescheide in Deutschland hat bei Steuerberater*innen zu erheblichem Mehraufwand geführt und sie zum Teil an den Rand ihrer Belastungsgrenze gebracht. Eine Umfrage des Marktforschungsinstituts Innofact im Auftrag von Gelbe Seiten hat ergeben, dass mehr als ein Drittel aller befragten Steuerberater*innen, die sich mit dem Thema befasst haben, ausgesagt hat, dass die Arbeit kaum zu bewältigen war und dieser Aufwand die Kanzlei an die Grenze ihrer Leistungsfähigkeit gebracht habe.

Weitere 39 Prozent sagten, es habe sich um viel Arbeit gehandelt, sie sei aber noch gut zu bewerkstelligen gewesen. Damit schätzen drei Viertel aller Berater in Deutschland den Aufwand als „hoch“ oder sogar „sehr hoch“ ein. Nur drei Prozent der Berater*innen bewerteten den Aufwand für das Thema als „gering“ oder „sehr gering“.

Im Zuge der Grundsteuerreform werden derzeit bundesweit Millionen von Grundstücken neu bewertet. Inhaber*Innen von Häusern, Wohnungen und Grundstücken müssen für die Erklärung eine Reihe von Daten übermitteln. Häufig wird die Arbeit von den jeweiligen Steuerberater*innen erledigt.

„Unsere Umfrage zeigt, dass Steuerberater*innen derzeit gut zu tun haben, es aber auch noch Verfügbarkeiten gibt für neue Kunden. Sie macht aber auch deutlich, wie wichtig es ist als Kunde in finanziellen Fragen eine(n) gute(n) Berater*in an der Seite zu haben, den/ die man kennt und dem/der man vertraut.

Gelbe Seiten ist der ideale Ort, um eine(n) Steuerberater*in für eine langfristige Berater-Mandanten-Beziehung zu finden“, sagt Dirk Schulte, Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketing-Gesellschaft.

Für die Umfrage hat das Marktforschungsinstitut Innofact im Februar 2023 insgesamt 257 Steuerberater*Innen in Deutschland befragt.

Steuererklärungen, aber auch betriebswirtschaftliche Beratung

Dabei taucht die Erstellung, Beratung und Überprüfung rund um das Thema „Grundsteuerbescheid“ unter den vier zentralen Themen auf, die innerhalb der vergangenen zwölf Monate auf dem Tisch von Steuerberater*innen lagen: 56 Prozent der Befragten haben diese Leistung im vergangenen Jahr erbracht. An der Spitze dieser Liste liegt mit 67 Prozent die klassische Tätigkeit in Steuerkanzleien, nämlich die Erstellung von Steuererklärungen und die Überprüfung von ergangenen Bescheiden. 63 Prozent der Berater*innen gaben an, Steuerpflichtige innerhalb der vergangenen zwölf Monate gegenüber Finanzverwaltungen oder Finanzgerichten vertreten zu haben.

An dritter Stelle unter den erbrachten Leistungen liegt die betriebswirtschaftliche Beratung in den Bereichen Rechnungswesen, Controlling, Kosten-, Rentabilitäts- und Liquiditätsanalyse; 61 Prozent gaben an, hier in den letzten zwölf Monaten aktiv gewesen zu sein. Aber auch die Themen Vorsteueranmeldung (50 Prozent), die Beratung zur optimalen Steuergestaltung (47 Prozent), die Unterstützung bei Investitions- und Finanzentscheidungen (46 Prozent) sowie die Erstellung eines Jahresabschlusses (44 Prozent) waren zentrale Themen für Steuerberater*innen in 2022.

„Die Ergebnisse belegen eindrucksvoll, welch tragende Säule Steuerberater*innen für Unternehmen und Privatleute bei der optimalen Gestaltung ihrer Finanzen darstellen – und wie wichtig es für die Kunden ist, hier vertrauensvoll und nachhaltig mit einer Kanzlei zusammen zu arbeiten“, sagt

Schulte. Umso wichtiger sei es, bei der Wahl des Dienstleisters sorgfältig vorzugehen. Auf Gelbe Seiten können Kund*innen nicht nur denkbar einfach den richtigen Berater finden, sondern auch sofort über die Plattform Kontakt aufnehmen und sich ein Angebot einholen.

Berater*innen erreichen mit Gelbe Seiten ihre Ziele

Dabei schätzen Nutzer*innen von Gelbe Seiten seit jeher die Vertrauenswürdigkeit und Seriosität der Angebote auf Gelbe Seiten. Dieser Bewertung schließen sich auch die befragten Steuerberater*innen an. Der Befragung zufolge schätzen mehr als drei Viertel der Kanzleien besonders die Vertrauenswürdigkeit von Gelbe Seiten, zwei Drittel haben die Seriosität hoch bewertet, aber auch die Unterstützung, die das Portal bei der Erreichung der eigenen Ziele leiste. Auch das Image der Marke, die Übersichtlichkeit und Nutzerfreundlichkeit werden von den Berater*Innen positiv bewertet.

„Wir freuen uns, mit Gelbe Seiten für die Branche seit Jahren Vermittler zwischen Dienstleistern und Mandant*innen sein zu dürfen und so einen Beitrag leisten zu können, dass Unternehmen und Privatleute ihre Finanzen im Griff haben“, sagt Dirk Schulte. ■ *PM Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft mbH, 9.03.2023*

MEDIEN +
RECHT

Hinweisgeberschutzgesetz passiert Bundesrat

Das Hinweisgeberschutzgesetz hat im zweiten Anlauf am 12. Mai den Bundesrat passiert. Nach der Unterschrift durch den Bundespräsidenten und der Veröffentlichung im Bundesgesetzblatt läuft die Umsetzungsfrist von einem Monat. Diese gilt für Unternehmen ab 250 Beschäftigten. KMU (Unternehmen ab 50 Mitarbeitern) haben bis zum 17. Dezember 2023 Zeit.



Interne Meldestelle als praktische Implikation

Das Hinweisgeberschutzgesetz ist die Umsetzung der EU-Whistleblower-Richtlinie, mit der Hinweisgeber vor Repressalien geschützt werden, nachdem sie Missstände im Unternehmen aufgedeckt haben. In der unternehmerischen Praxis bedeutet dies die Einrichtung einer internen Meldestelle mit vielen formalen und prozessualen Anforderungen. Die interne Meldestelle soll Informationen über potenzielle Verstöße unabhängig und verlässlich entgegennehmen sowie bearbeiten.

Deutschland hatte die Umsetzungsfrist für die Richtlinie in die nationale Gesetzgebung bereits im Dezember 2021 überschritten. Im Februar dieses Jahres wurde das Gesetz aufgrund der Übererfüllung der zugrunde liegenden EU-Richtlinie durch den Bundesrat abgelehnt. Im März wurden dann zwei Entwürfe, von denen einer nicht mehr der Zustimmung des Bundesrats bedurfte, im Bundestag beraten. Aufgrund verfassungsrechtlicher Bedenken wurden diese dann aber zurückgezogen und doch der Vermittlungsausschuss einberufen.

Das HinSchG geht jetzt nur noch leicht über die Anforderungen der EU hinaus. Unter anderem wurde die Pflicht zur Einrichtung eines anonymen Meldekanals gestrichen. Damit ist die Einrichtung eines Systems für die Abgabe von Hinweisen auch nicht mehr erforderlich. Entgegen vieler Anzeigen für IT-gestützte Hinweisgeberschutzsysteme erfordert die Umsetzung aber generell viel mehr als die Einrichtung eines mündlichen oder schriftlichen Kommunikationskanals bzw. beider.

Anforderungen und Risiken bei den zuständigen Mitarbeitern

Zahlreiche personelle und organisatorische Punkte müssen beachtet werden. So muss ein bestehender Verhaltenskodex angepasst oder noch geschrieben werden. In mitbestimmten Unternehmen ist der Betriebsrat miteinzubinden und ggf. noch eine Betriebsvereinbarung abzuschließen. Das HinSchG legt großen Wert auf die Ver-

traulichkeit und den Schutz der Identität des Hinweisgebers und sonstiger genannter Personen (z. B. der Beschuldigte). Daher sollte über ein Berechtigungskonzept sichergestellt werden, dass nur die mit der Meldestelle betrauten Mitarbeiter Zugriff auf die Daten haben.

Die Auswahl dieser Mitarbeiter sollte weiterhin wohl durchdacht sein. Gemäß Gesetz sollen sie unabhängig und frei von Interessenskonflikten sein. Zudem gilt es, die arbeitsrechtlichen Risiken im Blick zu haben. Diese ergeben sich insbesondere aus dem Verbot von Repressalien gegen Hinweisgeber und der damit verbundenen Beweislastumkehr. Unternehmen müssen nachweisen, dass Hinweis und arbeitsrechtliche Maßnahme getrennt voneinander betrachtet wurden. Die vermeintlich naheliegendste Ansiedlung der Meldestelle in der Personalabteilung macht daher oft weniger Sinn.

Wenn die Mitarbeiter gefunden sind, müssen diese voraussichtlich noch geschult werden. Das Gesetz fordert hierzu explizit die notwendige Fachkunde. Neben der Kenntnis der Anforderungen des Gesetzes, sollten hier neben den DSGVO Grundsätzen auch das allgemeine Compliance und juristische Verständnis relevant sein. Zur Durchführung bieten sich hier zum Beispiel externe Dienstleister / Zertifizierer an.

Aber auch ohne die gesetzliche Anforderung erfordert der Betrieb der Meldestelle viel rechtliches „Fingerspitzengefühl“. So steht das HinSchG zum Beispiel mit den Informations- und Auskunftspflichten aus der DSGVO im Konflikt. Hier wird dann abzuwägen sein, ab wann die DSGVO wieder Vorrang vor dem Schutz der Identität von Hinweisgeber oder Beschuldigten hat.

Zielgruppengerechte Kommunikation der Einrichtung

Zuletzt nicht zu vernachlässigen, ist die durchgängige Kommunikation der Einrichtung und des Zwecks der internen Meldestelle in der Belegschaft. Hierzu empfiehlt es sich, zunächst Gedanken zur Mitarbeiterstruktur und deren Zugang zu

Unternehmensinformationen (z. B. Intranet, schwarzes Brett) zu machen, um eine zielgruppenadäquate Ansprache sicherzustellen. Ein wesentliches Instrument sollte weiterhin immer der „Tone from the top“, also die Kommunikation der Unternehmensleitung sein. Diese sollte den Mitarbeitern insbesondere das Vertrauen in die interne Meldestelle geben und so sicherstellen, dass sie bei einem Verdacht auf einen Gesetzesverstoß die interne der externen Meldestelle vorziehen. So wird der Hinweisgeberschutz dann auch zum Unternehmensschutz, da der Sachverhalt aufgeklärt werden kann, ohne dass zum Beispiel ein Reputationsschaden bereits eingetreten ist.

Risikominimierung durch externe Vergabe

Hilfe bzw. Erledigung vieler der vorgenannten erforderlichen Maßnahmen bietet die externe Vergabe der internen Meldestelle. Hier erlaubt der Gesetzgeber explizit die Betrauung eines Dritten. Aufgrund ihrer Fachkunde und rechtlichen Standes eignen sich hier insbesondere Rechtsanwaltskanzleien als Betreiber der internen Meldestelle.

Wenn die Kanzlei die Anonymität des Hinweisgebers gegenüber dem Arbeitgeber sichert, wird es leichter fallen zu beweisen, dass eine arbeitsrechtliche Maßnahme zusammenhangslos vom abgegebenen Hinweis stattgefunden hat. Insbesondere in kleineren Unternehmen, in denen die Meldestelle oft in der Personalabteilung angesiedelt ist, kann der Nachweis der Sachverhaltsunabhängigkeit ansonsten nur schwerer geführt werden.

Durch die Erfahrung mit Hinweisgebern und regelmäßiger Befassung mit den Anforderungen kann die Hinweisbearbeitung durch eine IT-gestützte und auf Mengenverfahren spezialisierte Anwaltskanzlei zudem kosteneffizienter und oftmals mit höheren Aufklärungsquoten abgeschlossen werden. Zudem entfallen bei der externen Vergabe die Schulungskosten der mit der Betreuung der Meldestelle betrauten Mitarbeiter und ggf. Einrichtung eines eigenen Systems,

was meist mehr ist, als die monatlichen Gebühren für das Vorhalten und den Betrieb der interne Meldestelle durch eine Rechtsanwaltskanzlei. ■ *Quelle: ksp.de, 12.05.2023*

„Gekaufte“ Kundenbewertungen: Wettbewerbszentrale kritisiert Wettbewerbsverzerrungen und schreitet wegen Irreführung ein

Bei der Wettbewerbszentrale sind im vergangenen und im laufenden Jahr 2023 zahlreiche Beschwerden zu Werbung mit „gekauften“ Kundenbewertungen eingegangen: Insgesamt 72 Fälle registriert die Selbstkontrollinstitution der Wirtschaft für fairen Wettbewerb. Dabei handelt es sich um Fälle, in denen verschiedene Anreize wie beispielsweise Gutscheine, Rabatte oder andere Incentives für das Verfassen einer Kundenbewertung beworben oder gewährt werden. In 19 Fällen hat sie entsprechende Werbemaßnahmen als irreführend erachtet und ist deshalb im Wege der Abmahnung eingeschritten.

Verbraucher erwarten, dass der Bewerter für seine Kundenbewertung kein Entgelt bekommen hat. Wenn Unternehmen Anreize in Form von Gutscheinen, Rabatten oder Gewinnspielen setzen, um ihre Kunden zur Bewertungsabgabe zu motivieren, beeinflusst das aus Sicht der Wettbewerbszentrale auch den Inhalt der Bewertungen. Solche Bewertungen kommen nach ihrer Meinung dann eben nicht mehr frei und unabhängig zustande. Die Zentrale hält das für irreführend und wettbewerbsverzerrend – und sieht sich durch die Rechtsprechung bestätigt:

■ In einem Verfahren der Wettbewerbszentrale hat das Landgericht Hannover entschieden, dass ein Unternehmen in seinem Onlineshop nicht ohne deutlichen Hinweis mit solchen Kundenbewertungen werben darf, für die es seinen Kunden einen Rabatt gewährt hat (LG Hannover, Urteil 21 O 20/22 vom 22.12.2022). Das gilt auch

dann, wenn es je Bewertung „nur“ einen Euro Rabatt gab.

Das Unternehmen hatte vier Jahre lang den Teilnehmern eines Bonusprogramms für jede verfasste Bewertung eine Gutschrift von 1 EUR gewährt, die sie bei weiteren Käufen einsetzen konnten. Die aufwendige Analyse von über 45.000 Bewertungen ergab, dass viele Kunden eine hohe – teilweise dreistellige – Zahl von Bewertungen verfasst hatten. Über das Bonusprogramm der Beklagten hatten diese Kunden also die Möglichkeit, für Bewertungen erhebliche Rabatte zu erhalten.

Das Landgericht hat entschieden, dass die Werbung mit derart generierten Bewertungen, irreführend ist, wenn der „Bewertungskauf“ nicht deutlich gemacht wird. Die Verbraucher erwarteten, dass Bewerter kein Entgelt bekommen hätten. Daraus, dass die Verfasser eine, wenn auch kleine, Belohnung in Form der Gutschrift erhalten haben, folge zwangsläufig, dass sie bei der Bewertungsabgabe nicht frei von sachfremden Einflüssen waren. Es habe die konkrete Gefahr bestanden, dass sich solche Bewerter beeinflusst von der Belohnung veranlasst sahen, ein Produkt positiver zu bewerten als dies ihrer tatsächlichen Meinung entspricht. Die Entscheidung ist rechtskräftig.

■ Das Landgericht Köln hat in einem Verfahren der Wettbewerbszentrale ein Unternehmen durch Anerkenntnisurteil verurteilt, es zu unterlassen, Verbrauchern beim Kauf eines Brautkleids anzukündigen, sie würden pro bei Google abgegebenen 5-Sterne-Bewertung einen Rabatt von 10% auf die Brautkleid-Reinigung erhalten, sowie mit auf diese Weise gewonnenen Google-Bewertungen zu werben (LG Köln, Anerkenntnisurteil vom 26.10.2022, Az. 84 O 11/22).

■ Vor dem Landgericht Landau hat die Wettbewerbszentrale ein Inkasso-Unternehmen auf Unterlassung in Anspruch genommen, das einem Kunden anbot, auf seine Gebühren für den Antrag auf einen gerichtlichen Mahnbescheid zu verzichten, wenn der Kunde es mit fünf Sternen bewertet (Az. HK O 54/22). Dieses Verfahren läuft noch.

„Unternehmen können sich durch incentivierte Kundenbewertungen mehr Bewertungen „erkaufen“ und haben dadurch einen unlauteren Wettbewerbsvorteil gegenüber Mitbewerbern, die sich rechtskonform verhalten. Das führt zu Wettbewerbsverzerrungen.“, meint Syndikusrechtsanwalt Martin Bolm von der Wettbewerbszentrale. Die Rechtsprechung behandle solche Anreize daher zu Recht als irreführend.

Auch fehlende Transparenzhinweise kritisiert

■ In weiteren Fällen beanstandete die Wettbewerbszentrale, dass Unternehmen mit einer Durchschnittsnote warben, die auf der Bewertungsplattform gar nicht vergeben worden war, oder dass sie mit Bewertungen warben, die für ein anderes Unternehmen abgegeben worden waren.

■ In vielen anderen Fällen monierte die Wettbewerbszentrale fehlende Transparenzhinweise bei der Werbung mit Kundenbewertungen. So müssen Unternehmen, die Kundenbewertungen zugänglich machen, seit dem 28. Mai 2022 darüber informieren, „ob und wie sie sicherstellen, dass die veröffentlichten Bewertungen von solchen Verbrauchern stammen, die die Waren oder Dienstleistungen tatsächlich genutzt oder erworben haben“. Die in Anspruch genommenen Unternehmen haben Unterlassungserklärungen abgegeben.

■ In einem weiteren Verfahren lässt die Wettbewerbszentrale derzeit klären, welche Informationen wesentlich sind, wenn ein Unternehmen mit einer Durchschnittsnote in Kundenbewertungen wirbt. Dort hat das Landgericht Hamburg auf Antrag der Wettbewerbszentrale ein Unternehmen verurteilt, es zu unterlassen, mit einer durchschnittlichen Sternebewertung zu werben, ohne gleichzeitig die Gesamtzahl der abgegebenen Kundenbewertungen und/oder den Zeitraum der abgegebenen Kundenbewertungen anzugeben (LG Hamburg, Urteil vom 16.09.2022, Az. 315 O 160/21, nicht rechtskräftig). ■ *PM Wettbewerbszentrale, Büro Hamburg, 9.03.2023*

Verzeichnis medien

IMPRESSUM

Herausgeber:

[vdav] – Verband Deutscher Auskunfts- und
Verzeichnismedien e. V.

Postfach 20 27
47861 Willich

Geschäftsstelle

Jakob-Krebs-Str. 126 a
47877 Willich

Telefon +49 2156.774 385-6

Telefax +49 2156.774 385-5

Mail: info@vdav.org

URL: www.vdav.org

Verantwortlich:

Rhett-Chr. Grammatik

Redaktion:

Rhett-Chr. Grammatik (RCG),

Jakob-Krebs-Str. 126 a

47877 Willich

Layout:

Wildpark GrafikDesign, Düsseldorf

Satz und Gestaltung:

Mark Netkaew, Langenfeld

Druck:

X-PRESS Grafik & Druck GmbH, Berlin

Bilder:

Titelbild: © by [vdav]

Alle Bilder sind per Pressemitteilung zur
Verfügung gestellte Materialien der jeweils im
Artikel genannten Unternehmen