

SteuerNummer 2022



→ Editorial

Liebe Leserin, lieber Leser,

„Ich bin für den Fortschritt. Die Veränderung mag ich nicht so sehr.“ Das hat Mark Twain einmal gesagt, sinngemäß. Nur: ohne Wandel, Veränderung, Neubewertung und Andersmachen geht es eben nicht voran. Schlimmer noch – wer stillsteht, fällt unweigerlich zurück. Wir haben uns in dieser Steuernummer intensiv mit Veränderungen beschäftigt, bei uns in der Kanzlei und in der Arbeitswelt unserer Mandantschaft. Wie können wir einen Teil zur Zukunftsfähigkeit des Planeten beitragen? Wie platziert sich ein Traditionsunternehmen auf einem sich ständig wandelnden Markt, ohne die eigene Identität zu verlieren? Dazu stellen sich ein paar Kollegen vor – und Manfred Kessler, Kanzleianwalt, erklärt, warum er sich nach der ersten Karriere noch für eine neue entschied. Das und mehr beleuchten wir auf den folgenden Seiten – und hoffen, dass sich eines nicht verändert: Ihr Interesse an der Arbeit von Bürkle & Partner, für das wir uns auch dieses Jahr wieder herzlich bedanken wollen.

Viel Vergnügen beim Lesen!

Melanie Gollbach
Für Bürkle & Partner

→ So erreichen Sie uns:

Bürkle & Partner
Steuerberater mbB

Ottlienhof 1, 73728 Esslingen
Tel. 0711 3969250
Fax 0711 3969259
info@steuerberater-buerkle.de
www.steuerberater-buerkle.com

Wie Umweltbewusstsein bei jedem Handgriff mitgedacht wird

→ Weniger verbrauchen, mehr bewegen

Ob beim Einkauf für den täglichen Bürobedarf oder der Umstrukturierung der Arbeit mit Akten, Kopien und Informationsmaterial – an allen Ecken und Enden können Ressourcen geschont und gleichzeitig die Qualität verbessert werden. Das Stichwort lautet: Nachhaltigkeit!

Individuelle Konsumententscheidungen, unternehmerische Weitsicht und politischer Wille: es wird auf allen Ebenen den richtigen Einsatz brauchen, um die große ökologische Wende zu schaffen. Wer sich in den Räumen der Kanzlei von Bürkle & Partner umsieht, gewinnt einen Eindruck davon, wie sehr diese Aufgabe hier ernstgenommen wird. Die Ladestation für e-Autos und e-Bikes zeugt davon ebenso wie die Entscheidung für regional gefertigtes Mobiliar. Die Umgestaltung des Hauses in den Vorjahren, bewusst anstelle eines energieintensiven Neubaus gewählt, brachte den richtigen Schritt in Sachen Isolierung mit sich – ein modernes Bürogebäude entstand, ohne den Charme des Bauwerks einzubüßen.

Doch es sind nicht nur die großen Veränderungen, die den Unterschied machen. Die Summe der kleinen Entscheidungen bestimmt ebenso den Fußabdruck, der tagtäglich hinterlassen wird. Eine Kaffeekapselmaschine sucht man im Büro ebenso vergeblich wie Einwegflaschen oder Discounterobst. Das Investment in gute, regionale Produkte und eine voll ausgestattete Küche zum

gemeinsamen Kochen lohnt sich mehrfach: Bessere Qualität, ein gelungenes Miteinander und am Ende auch gespartes Geld zeigen auf, dass Nachhaltigkeit nicht nur Umweltfreundlichkeit heißt – sondern eben eine stabile Substanz auf allen Ebenen.

Und auch für Mandantinnen und Mandanten entsteht ein Mehr an Komfort. An die Stelle physischer Unterlagen, die gedruckt, kopiert, versendet und abgeheftet werden müssen, treten mehr und mehr papierlose Verfahren. Ein wichtiger Teil dieses Prozesses ist das Mandantenportal, wo unter dem Passwort „Esslingen“ wichtige Informationsmaterialien abgerufen werden können. Es weist den Weg zu anderen, bereits eingeführten Neuerungen. Die digitale Unterschrift ermöglicht das bequeme Überprüfen von Steuererklärungen und Jahresabschlüssen ganz ohne die Stapel von gebleichtem Faserstoff. Und: die Datenmengen liegen auf Servern, die ausschließlich mit Ökostrom betrieben werden; der Dienstleister Datev hat es sich zum Ziel gemacht, bis 2030 die vollständige Klimaneutralität herzustellen. ■



Ein Traditionsunternehmen erfindet sich neu

➔ Mit scharfem Profil

Das Vertraute bewahren, ohne aus der Zeit zu fallen? Jede etablierte Marke muss sich dieser Herausforderung stellen, immer wieder. In Deizisau geht die Firma Friedr. Dick einen selbstbewussten Weg – mit preisgekrönten Produkten, glaubwürdigen Partnerschaften und dem mutigen Einsatz sozialer Medien.

Hinter der Vitrinen-Scheibe blitzen Klingen, Dutzende von ihnen. Große Messer und kleine, gebogen, gerade, gezackt, gewellt, in Vierersets an Magnetmesserblöcken aufgereiht oder einzeln präsentiert – es ist schwer, sich der Ästhetik des geschliffenen Stahls zu entziehen. „Mit diesem Design sind wir mehrfach kopiert worden“, sagt Steffen Uebele und wendet ein elegant geschwungenes Werkzeug in den Händen, runder Holzgriff, die typische Gravur des Familienunternehmens knapp darüber im Metall. Kein Wunder, dass die Konkurrenz das Design abkuppert. In der Fachwelt ist es kein Geheimnis, dass die Firma Friedr. Dick für Exzellenz steht. Uebele ist Geschäftsführer, seit 2017 teilt er sich den Posten mit Wilhelm Leuze, der Friedr. Dick bis dahin seit 30 Jahre vorstand und jetzt die Unternehmensnachfolge vorantreibt. Immer wieder gehen die beiden Männer zu den ausgestellten Produkten im Konferenzzimmer hinüber, zeigen auf, was sie auszeichnet, was sich getan hat – und wie wenig es an manchem zeitlosen Design zu ver-

ändern gibt. Leuze ist der Urenkel von Paul Dick, der das Unternehmen im 19. Jahrhundert vom Handwerks- zum Industriebetrieb umbaute. „Früher waren wir der Feilen-Dick“, sagt er, „die Messer kamen erst später dazu.“ Arbeitern, die sich früher beim aufwendigen Feilen von U-Stählen die Hände schwierig gewerkelt haben, und Köchen, die ihr erstes Dick-Messerset noch Jahrzehnte später nutzen, ist die Marke gut vertraut. „Der Einzelhandel kannte uns bis vor ein paar Jahren kaum, heute fragen die Kunden uns gezielt an. Da hat sich viel verändert in den letzten Jahren.“ Ein Zufall ist das nicht. Die Firma tritt als Sponsor bei Kochwettbewerben auf, die gut erkennbaren Messer hinterlassen einen Eindruck. Fernsehköche setzen auf Qualität aus Deizisau und zeigen das auch in den sozialen Medien – wo die Firma derweil Fotos von Tattoos erreichen, die sich besonders überzeugte Fans stechen lassen. Ein Dick-Messer auf dem Unterarm, zwei gekreuzte Klingen auf der Wade. Auf Instagram interagiert die Firma mit der Kundschaft, unterhaltsam und direkt.



Wilhelm Leuze und Steffen Uebele

Eines darf dabei nie leiden: Die Qualität. „Wir machen da keine Abstriche“, erläutern die beiden Köpfe hinter dem Markenwandel einhellig. Der Schritt vom Profisegment hin zu ambitionierten Hobbynutzern bringt keine Kompromisse bei Material, Verarbeitung und Service mit sich. Neue Produkte jedoch schon. Für ein Set Steakmesser mit geschwungener Klinge, inklusive Griff aus einem Stück geformt und perfekt balanciert, gab es den Red Dot Design-Award – nicht den ersten und sicher nicht den letzten des Unternehmens. Neue Farben, Formen, Stile, doch im Kern bleibt Friedr. Dick sich vollständig treu. „Das Logo haben wir bewusst nie verändert“, erklärt Steffen Uebele, „das sind wir, dafür kennt man uns.“ Und nicht nur die Kundschaft schätzt die Konstanz. Wilhelm Leuze hat in seiner Zeit als Geschäftsführer auch erfahren dürfen, wie stark sich die Mitarbeitenden mit dem Unternehmen identifizieren. Manche sind in dritter Generation in der Firma und brennen für die Profiwerkzeuge. „Unsere Partner denken manchmal, wir ziehen da eine Show ab, für eine Messe zum Beispiel.“, erzählt Uebele. „Dann kommen die hierher zu uns in die Firma und merken: wir sind wirklich so!“ Und solange das so bleibt, werden auch die Ergebnisse für sich sprechen – egal, auf welchem Medium sich die Kundschaft tummelt, und egal, nach welchen Trends gerade gekocht wird. ■

➔ Jan Kaiser – Motorsportfan und Steuerberater

Von Tübingen über Hohenheim und Stuttgart zu Bürkle & Partner: Jan Kaiser kennt die Gegend wie seine Westentasche. Trotzdem hat für ihn der Anblick der Weinberge und der Burg seine Magie noch nicht verloren. Beim morgendlichen Weg zur Arbeit, von Tübingen her, kommt er in den Genuss des besonderen Panoramas und beginnt, wenn nicht eben Stau den Plan zunichtemacht, den Arbeitstag mit einer malerischen Note. Der Motorsportfan, der gleich bei mehreren Rennserien auf dem Stand der Dinge ist, kam über die Leidenschaft für PS und schnelle Wagen ganz zufällig im Bereich Steuern an. Im BWL-Studium schon fest auf Kurs „Automobilindustrie“, entdeckte er seine alte Liebe zu Zahlen wieder, die ihn seit der Kindheit begleitet hatte. Ein Praktikum in der Branche und die tiefere Beschäftigung mit

dem Beruf des Steuerberaters legten den weiteren Weg fest, der ihn schließlich ins Esslinger Büro führte. Dort betreut er insbesondere mittelständische Unternehmen und bildet die Brücke zu den Wirtschaftsprüfern. An Bürkle & Partner schätzt er die Arbeitsatmosphäre, die gute Stimmung, das enge Miteinander. Das gemeinsame Mittagessen mit den Kolleginnen und Kollegen ist ein Tageshighlight, das er nicht mehr missen möchte – wenn ihn nicht irgendwann ein Rennstall für einen Job im Cockpit abwirbt. Und zwischen Urteilen des Bundesfinanzhofs und Jahresabschlüssen würde, wenn es nach Jan Kaiser ginge, sogar noch mehr gemeinsame Zeit mit dem Team Platz finden: Ein Kickertisch für den Feierabend, das wäre eine schöne Ergänzung für die Kanzlei, sagt er. ■



Manfred Kessler: „Ich wollte mir beweisen, dass ich Menschen noch weiterhelfen kann“

→ Bürkle & Partner im Gespräch



Manfred Kessler ist Rechtsanwalt – und Steuerberater. Nach seiner Zeit beim Wirtschaftsprüfungsunternehmen KPMG könnte er längst die Hände in den Schoß legen, doch das will so gar nicht zum Naturell des passionierten Rotariers passen.

B&P: Herr Kessler – wie genau sind Sie zu Bürkle & Partner gekommen? Ihre Vita klingt ja eher nach globalen Aufträgen als nach der Beratung kleiner und mittelständischer Unternehmen.

MK: Das stimmt wohl. Ich habe nach Studium und Promotion lange für die KPMG gearbeitet und dort unter anderem die deutsche Rechtsberatung aufgebaut und diese auch weltweit verantwortet. Vor einiger Zeit war es dann genug, auch wegen des vielen Reisens. Erstmals habe ich drei Jahre lang nichts gemacht, bis ich mit Peter Bürkle direkt ins Gespräch gekommen bin. Es war

schnell klar: ich kann hier eine Unterstützung sein. Und die Arbeit hier im Team macht mir große Freude, auch wenn ich „nur“ freiberuflich mitwirke. Ich wollte mir beweisen, dass ich Menschen noch weiterhelfen kann.

B&P: Wie sieht die Zusammenarbeit denn genau aus? Welche Aufgaben übernehmen Sie als Anwalt in der Kanzlei?

MK: Ich bin immer dann gefragt, wenn es an schwierigere Fälle geht, die viel konzeptionelle Arbeit erfordern. Oder spezielle Vorgänge, die nicht jeden Tag vorkommen – Umstrukturierungen von Unternehmen etwa. Mit einem kürzlich betreuten Fall z. B. hatte auch das Finanzamt noch nie zu tun gehabt. Die Partner wissen oft früh, dass da ein zweites Paar Augen mit dem richtigen Background hilfreich sein könnte.

B&P: Liegt Ihrer Einschätzung nach darin auch der große Mehrwert für die Mandantinnen und Mandanten?

MK: Nun, wir können eben ein One Stop Shop sein – alles aus einer Hand. Ein externer Anwalt hat womöglich nicht die gleiche Expertise in Steuerfragen. Wir sparen uns und den Menschen, für die wir arbeiten, unnötige Gänge. Und: es arbeitet sich schneller und reibungsloser, wenn man Tür an Tür sitzt.

B&P: Mit Blick auf die Periode zwischen Ihren Tätigkeiten, bei KPMG und Bürkle & Partner: fehlt Ihnen die viele Freizeit nicht, die Sie sich nach den sicherlich anstrengenden Jahren bei KPMG ja redlich verdient hätten?

MK: Oh, gar nicht. Und im Vergleich dazu ist mein Einsatz hier eher leichter zu schultern. Es ist ein tolles Miteinander im Büro und es gibt mir ein gutes Gefühl, komplizierte Projekte zu begleiten und die richtigen Lösungen auszutüfteln. Gerade in unseren Schwerpunktgebieten, etwa der Unternehmensnachfolge, ist das ja existenziell für die Klienten. Natürlich war es eine Umstellung, wieder selbst Verträge aufzusetzen, anstatt nur den Review zu machen, und sich in die Vorstellungen der Mandanten hineinzudenken. Aber ich genieße die Arbeit wirklich jeden Tag!

B&P: Umso besser, eine Win-Win-Win-Situation gewissermaßen. Vielen Dank für das Gespräch!

MK: Sehr gerne! ■

→ Alina Osing – Sportlich alles im Blick

Wenn morgens ein Fahrradschloss klappert, ehe sich die Bürotür öffnet, und kurz danach der Geruch von frischem Tee zu erschnuppern ist, dann ist wohl gerade Alina Osing zur Arbeit erschienen. Die Industriekauffrau fährt leidenschaftlich gerne Rad, wenn sie nicht eben ihrem anderen Hobby frönt und Krimis oder Thriller in Serie verschlingt. Bei Bürkle & Partner landete sie über ein Stellenangebot; schnell war klar, dass beide Seiten zueinander passen wie Zahnrad und Kette. Als Organisationsassistentin behält sie den Überblick, es braucht eine gute Zusammenarbeit und Kommunikation. Nicht ganz unanstrengend – und folgerichtig wünscht sie sich, wenn denn eine Anschaffung frei wäre, einen Massagesessel mit Sitzheizung. Für volle Konzentration danach und viel Kraft für eine Tour über die Alb. ■



→ Sandra Flöth – Reisen und Heimkehren

Wer gleichermaßen gerne auf Achse und wieder im Büro ist, macht wohl einiges richtig, was die Work-Life-Balance angeht. Die Steuerfachangestellte Sandra Flöth gehört zu dieser Gruppe. Die Leidenschaft der gebürtigen Esslingerin, die in den letzten Jahren in mehreren Städten und Gemeinden der Gegend gelebt hat, ist das Unterwegssein. Freizeitparks und Erlebnisbäder, die schönsten Strände der Welt: zusammen mit ihrer Familie erkundet sie gerne neue Orte. Bei Rückkehr freut sie sich dann aber schon auf die Kolleginnen und Kollegen in der Kanzlei, ebenso wie auf ihre Aufgaben bei Bürkle & Partner. Ihr Interesse für den Beruf fand sie schon in der Schule, seitdem liebt sie es, sich in Bilanzen zu vertiefen und mit anderen gemeinsam den Weg durchs Zahlendickicht zu suchen. ■

Sichtbar werden und bleiben im Netz mit SEO

➔ Volltreffer auf den ersten Klick



Um von Kundinnen und Kunden über eine Suchmaschine gut und effizient gefunden zu werden, müssen Betriebe und Dienstleistende ihre Homepages clever gestalten. Thomas Beier unterstützt Bürkle & Partner – und verrät, worauf es dabei ankommt.

Wer verstehen will, was Thomas Beier tut, fängt am besten bei der Suchmaschine selbst an. Google und Co. bieten einen Service an und möchten diesen so erfolgreich wie möglich betreiben. Die Leistung: alle, die im Netz etwas finden möchten, möglichst schnell ans Ziel zu bringen. Ständig überprüfen die Unternehmen dabei, ob sie ihrem Auftrag gerecht werden. Verlassen Nutzer*innen die aufgerufene Seite rasch wieder, sind sie wohl nicht fündig geworden. Lädt die Seite langsam, erhöht das die Wahrscheinlichkeit, dass stattdessen anderswo nachgesehen wird. Und springen die, die schließlich auf der Homepage landen, rasch und ziellos herum, dann ist der Aufbau offenbar wenig durchdacht – ein weiteres Indiz dafür, dass Google die Kundschaft nicht an einen hilfreichen Ort gebracht hat. Um das zu vermeiden, wird die entsprechende Seite zukünftig weiter hinten in der Liste der Suchergebnisse platziert, andere bekommen den Vorzug – für das entsprechende Unternehmen ist das natürlich ein Rückschlag.

„SEO steht für Search Engine Optimization – Suchmaschinenoptimierung“, erklärt Beier. Seit 2016 befasst er sich mit den Prinzipien, nach denen sich eine Homepage weit oben in die Rangfolge schiebt, und teilt inzwischen sein Wissen mit anderen. Dabei geht es um die sogenannten „organischen“ Ergebnisse, diejenigen Treffer also, die nicht als bezahlte Werbeanzeige nach vorne katapultiert werden. Diese profitablen Anzeigen sind der Grund dafür, dass die Maschine des Alphabet-Konzerns ungern sieht, wenn findige Dienstleistende dabei helfen, die Trefferquoten zu erhöhen – die genaue Logik der Rankings bleibt ein Betriebsgeheimnis. „Wenn Anzeigen der einzige Weg wären, weit vorne angezeigt zu werden, wäre das für Google natürlich besser“. Um diese Route nicht nehmen zu müssen, helfen klar strukturierte Handgriffe.

„Wir wollen Userinteraktionen hoch halten. Klicken sie die Seite an? Bleiben sie? Darauf kommt es an!“, erklärt Beier und beschreibt die Maßnahmen, die das gewährleisten können. Für die obengenannten Probleme könnte die Lösung lauten: Eine Startseite gestalten, die den Seiteninhalt knapp und gut lesbar vorstellt. Eingebettete Medien in der Größe reduzieren, um die Ladezeit zu verbessern. Und: Innerhalb der Seite gut nachvollziehbare Strukturen schaffen, Links, Unterseiten, um die Orientierung weiter zu erleichtern. Zudem ist entscheidend, auf die richtigen Begriffe, sogenannte Keywords zu setzen. Ist die Homepage nicht mit den Worten besetzt, die potenzielle Kunden suchen, wird sie nicht auffindbar sein.

Auf dem Weg dahin muss sich jeder Kunde von Thomas Beier viele Fragen stellen. „Was will ich eigentlich von der Seite? Was möchte und sucht meine Kundschaft? Oft ist das schon ein Schritt, der viele Augen öffnet.“ Der Wirtschaftsingenieur speckt Seiten dabei nicht einfach ab und macht sie schlichter. Im Gegenteil, auch die erkennbare Expertise ist ein Pfund, das Lesende bei der Stange hält. „Inhalte entscheiden am Ende, aber die müssen eben gut aufgebaut und verständlich sein.“ In Zukunft wird kaum jemand, der eine Homepage betreibt und gesehen werden möchte, an SEO vorbeikommen. „Sie wirkt vor allem in die Breite – dort, wo der erste Kontakt entsteht.“ Und wenn dieser zustande kommt, dann haben sich, vielleicht auch dank Thomas Beier, zwei Parteien nicht nur gesucht – sondern auch gefunden.

Kontaktdaten:
SuperSEO – Thomas Beier
www.superseo.de
hallo@superseo.de

➔ Impressum

Herausgeber
Bürkle & Partner Steuerberater mbB

Ottilienhof 1, 73728 Esslingen
Tel. 0711 3969250
Fax 0711 3969259
info@steuerberater-buerkle.de

www.steuerberater-buerkle.com
www.facebook.com/SteuerberaterBuerkle
www.instagram.com/
buerkle.partner.esslingen

Texte und Fotos
Bürkle & Partner – Team, Manfred Kessler,
Wilhelm Leuze, Steffen Uebele, Thomas Beier,
Niklas Ehrentreich, Andrea Wittstruck

Auflage 1.000 | Winter 2022

