

akzent

BERATUNGSVERBUND ABG-PARTNER – DAS MAGAZIN



Marketing

Bewertungsportale:
Imagevorteil nutzen, mit
Kritik richtig umgehen

6



Steuern

Achtung Betriebsprüfung:
Was auf Sie zukommt
und wie Sie sich darauf
vorbereiten

8



Gründung

Die häufigsten Fehler von
Existenzgründern und wie
sie vermieden werden

10



Inhaltsverzeichnis

- 3**  **Fit für die digitale Zukunft!**
Wie immaterielle Vermögenswerte finanziert werden
- 4**  **Was Arbeitnehmer wirklich wollen**
Mit Nettolohnoptimierung Anreize am hart umkämpften Arbeitsmarkt schaffen
- 6**  **Links liegenlassen ist nicht mehr**
Vom richtigen Umgang mit Bewertungsportalen im Internet
- 8**  **Achtung Betriebsprüfung!**
Was auf Sie zukommt und wie Sie sich darauf vorbereiten
- 10**  **Alles easy-peasy?**
Warum Gründungen scheitern können und sich das Risiko trotzdem lohnt

Sehr geehrte Damen und Herren,

was ist eines der wichtigsten Themen, die deutsche Mittelständler derzeit umtreiben? Richtig: der Fachkräftemangel. Und wenn etwas in den Gesprächen mit unseren Mandanten mitschwingt, dann ist es eine gewisse Frustration oder sogar Angst. Sind diese Emotionen berechtigt? Wie meistern Geschäftsführer und Führungskräfte den Unternehmeralltag von heute am besten? Wir haben für Sie die Steuer-, Consulting- und Marketing-Experten unseres Hauses gefragt. Antworten finden Sie in diesem Magazin.



Eine Möglichkeit stellt die Nettolohnoptimierung dar: Auf diesem Weg werden mit verschiedenen Maßnahmen Anreize für künftige oder langjährige Fachkräfte geschaffen. Das reicht vom Blumenstrauß zum Geburtstag über die Fahrtkostenpauschale bis hin zum Kindergartenzuschuss. Doch nicht nur der Arbeitnehmer genießt dadurch handfeste Vorzüge – steuerliche Vorteile für den Arbeitgeber machen solche Maßnahmen zur Win-win-Situation für beide Seiten. Unsere Steuerexpertin erklärt im Interview, wie es geht.

Um neue Fachkräfte zu gewinnen, sollten Sie auch die Außenwirkung Ihres Unternehmens nicht unterschätzen. Bewertungsportale im Internet können dabei Fluch und Segen sein. Verzagen Sie nicht, wenn doch mal die eine oder andere schlechte Bewertung verfasst wird. Wir verraten Ihnen, wie Sie darauf richtig reagieren.

Wir sind gespannt auf Ihre Gedanken beim Lesen unseres Mittelstandsmagazins. Sollten dabei Fragen aufkommen, können Sie jederzeit auf uns als verlässliche, erfahrene Berater zählen.

Herzliche Grüße,

Friedrich Geise

Die digitale Zukunft kann kommen!

Wie immaterielle Vermögenswerte heute finanziert werden

„Investition“ – dieser Begriff taucht bislang eher im Zusammenhang mit den „klassischen“ Anschaffungen und Sachanlagevermögen auf. Dazu zählen beispielsweise neue Maschinen, bauliche Maßnahmen am Firmengebäude oder die Vorfinanzierung eines Auftrags. Mittlerweile werden im Zuge der Digitalisierung allerdings auch immaterielle Vermögenswerte wie Software oder Lizenzen immer wichtiger. In der Studie „Finanzierungsmonitor 2019“ gaben 72 Prozent der Befragten an, dass die für die Digitalisierung nötigen Investitionen eine wichtige oder sogar sehr wichtige Bedeutung in den Planungen haben. So stellt der digitale Wandel die Unternehmer in vielerlei Hinsicht vor große Herausforderungen: organisatorisch, technisch, personell und nicht zuletzt auch finanziell. Laut besagter Studie nutzen die Mittelständler deshalb verstärkt auch alternative Möglichkeiten der Finanzierung. Wir verraten Ihnen, wie Sie sich diese Strategie ebenfalls zunutze machen können.

Investition: Erste Anlaufstelle ist meist die Hausbank

Kleine und mittelgroße Unternehmen setzen für das Tätigen von Investitionen traditionell auf die Bank. Aussagekräftige Zahlen zu diesem Thema lieferte Prof. Dr. Mark Mietzner von der Zeppelin-Universität, der den Lehrstuhl für Bank- und Finanzwirtschaft leitet. Nach einer von ihm geleiteten Studie ist das hochgerechnete klassische Kreditvolumen mit rund 490 Milliarden Euro nach wie vor sehr hoch. Der Trend im Zeitverlauf zeigt allerdings, dass sich die Unternehmensfinanzierung gewandelt hat.

Kapitalbeschaffung: Alternativen tun sich auf

Banken unterliegen seit der Finanzkrise strengeren Regularien, was oft zu einer restriktiveren Kreditvergabe führt. Zudem halten Kreditinstitute laut Finanzierungsmonitor häufig an „den althergebrachten Modellen fest“ und zögern bei der Finanzierung von Zukunftstechnologien oder



digitalen Geschäftsideen. Ein weiterer Hemmschuh: Betriebsmittelkredite müssen verstärkt mit Sicherheiten hinterlegt werden, was für viele Betriebe schwer zu leisten ist. Es überrascht daher kaum, dass sich KMU zunehmend unabhängig von Banken machen und ihren Finanzierungsmix durch weitere Möglichkeiten ergänzen. Das bestätigt auch der Finanzierungsmonitor: 48 Prozent der mittelständischen Industriebetriebe in Deutschland haben Software, Lizenzen und Co. bereits über alternative Lösungen finanziert. Solche Finanzierungsmodelle weisen – je nachdem, welche genutzt werden – verschiedene Vorteile auf. Sie sind bonitätsunabhängig, bequem, flexibel, bringen schnelle Ergebnisse und sind teilweise nicht einmal an Sicherheiten geknüpft.

Digitale Zukunft: Fintechs finanzieren mit

Die neuen Player am Finanzierungsmarkt heißen Fintechs. Sie haben ebenfalls den Bedarf eines bequemen, einfachen und schnellen Zugangs zu liquiden Mitteln erkannt. Die digitalen Dienstleister sind für den Mittelstand aufgrund ihrer automatisierten, effizienten und transparenten Prozesse immer attraktiver geworden.

Fazit: Diversifizieren Sie Ihren Finanzierungsmix!

Die Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer der mittelständischen Unternehmen in Deutschland sind gut beraten, wenn sie sich in ihrem Finanzierungsmix breit aufstellen. Den klassischen Bankkredit wird es zwar auch in der Zukunft noch geben, ergänzend sind jedoch alternative Modelle immer stärker gefragt. Diese können abhängig von Anlass, Zweck und Rahmenbedingungen der Finanzierung unterstützend zum Einsatz kommen.

Über die Studie „Finanzierungsmonitor 2019“

Die Studie „Finanzierungsmonitor 2019“ beruht auf einer Ende 2018 durchgeführten Befragung des digitalen Mittelstandsfinanzierers creditshelf (www.creditshelf.com). Insgesamt nahmen 200 Finanzentscheider aus mittelständischen Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen an der Befragung per Online-Erhebung durch ein Marktforschungsinstitut teil. Die Studie wurde wissenschaftlich begleitet von Prof. Dr. Dirk Schiereck, Leiter des Fachgebiets Unternehmensfinanzierung an der TU Darmstadt.

IHRE ANSPRECHPARTNER



Simon Leopold
Geschäftsführer

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



Dr. Daniel Bartsch
Gründungspartner und Vorstand

creditshelf AG
Telefon +49 69 348 772-407
daniel.bartsch@creditshelf.com



Was Arbeitnehmer wirklich wollen

Wie Sie mit Nettolohnoptimierung Anreize am hart umkämpften Arbeitsmarkt schaffen

Diplom-Betriebswirtin Isabel Franzka ist seit 2014 im Beratungsverbund ABG-Partner als Steuerberaterin und Prokuristin tätig. Im Interview erklärt sie, warum es für Unternehmen heutzutage so wichtig ist, Anreize für potenzielle und bestehende Mitarbeiter zu schaffen und welche Rolle Nettolohnoptimierung dabei spielen kann.

Können Sie den Begriff Nettolohnoptimierung in wenigen Sätzen erklären?

„Es ist das Bestreben, Arbeitnehmern mit einfachen Maßnahmen einen höheren Nettolohn zu bieten und idealerweise zugleich die Arbeitgeber bei Steuern und Sozialabgaben zu entlasten. Steuerpflichtiger Arbeitslohn der Unternehmen an ihre Mitarbeiter könnte dabei in pauschalbesteuerte oder steuerfreie Leistungen umgewandelt werden, soweit dies

gesetzlich zulässig ist. Der Begriff ‚Nettolohn‘ sollte aber nicht falsch verstanden werden: Oft handelt es sich bei den Optimierungen um Sachleistungen wie beispielsweise Gutscheine oder Essenszuschüsse und nicht um zusätzlich gezahltes Geld.“

Warum ist Nettolohnoptimierung derzeit ein so wichtiges Thema?

„Das liegt vor allem am Fachkräftemangel und der demografischen Entwicklung: Die geburtenstarken Jahrgänge, die sogenannten ‚Babyboomer‘, gehen gerade geballt in Rente. Außerdem haben einige Unternehmen in der Vergangenheit zu wenig ausgebildet oder neu eingestellt. Erschwerend kommt die zunehmende ‚Akademisierung‘ des Nachwuchses hinzu. Denn kaum jemand möchte heute nach seinem Abitur noch eine Lehre machen. Gerade mittelständische Handwerksbetriebe haben unter dieser

Entwicklung sehr zu leiden. Das alles stellt Unternehmen vor neue Herausforderungen: Früher hatte ein Arbeitgeber auf eine Stellenausschreibung zehn Bewerber, heute ist er froh, wenn es ein oder zwei sind. Die wenigen Arbeitskräfte, die verfügbar sind, haben entsprechende Ansprüche. Ich sage nur Work-Life-Balance, gutes Betriebsklima, flexible Arbeitszeit, gute Entlohnung. Im Wettbewerb um immer weniger Fachkräfte müssen sich die Unternehmen als attraktive Arbeitgeber positionieren und deshalb neben dem Bruttogehalt besondere Anreize schaffen. Nettolohnoptimierung ist hier ein gutes Mittel, um anzusprechen und zu motivieren.“

Wie sollte man heute Mitarbeiter finden und binden?

„Arbeitgeber sollten offensiv und sympathisch auf die Leute zugehen und sagen: ‚Wir möchten, dass ihr euch wohlfühlt,

wenn ihr für uns Leistung bringt'. Das beginnt schon mit kleinen Gesten wie dem Gutschein zum Geburtstag oder einem Blumenstrauß zur Hochzeit. Als Zusatzleistungen aus persönlichem Anlass sind solche Sachzuwendungen bis 60 Euro (brutto) steuerfrei. Kostenlose Getränke, ein ergonomischer Arbeitsplatz oder Werkzeuggeld für angestellte Handwerker sind ebenfalls gute Möglichkeiten für den Arbeitgeber, zu motivieren, für ein gutes Betriebsklima zu sorgen und ganz nebenbei Steuern zu sparen. Auch Weiterbildungen kommen in Betracht. Schließlich investieren Unternehmen dabei Geld, das auch dem Personal zugutekommt. Und das sollten sie immer entsprechend kommunizieren."

In welchen Bereichen lassen sich Nettolohnoptimierungen vornehmen und wann sind sie empfehlenswert?

„Es gibt unzählige Bereiche – von der Alters- und Gesundheitsvorsorge über die Mobilität bis hin zu digitalen Medien und Familie und Freizeit. Am besten lassen sich solche Anreize im Rahmen von Neueinstellungen oder Gehaltserhöhungen einführen. Bei langjährigen Mitarbeitern ist es schwieriger, aber möglich. Vor der Einführung raten wir den Verantwortlichen in den Unternehmen immer, zu schauen, was für sie überhaupt in Frage kommt und finanziell machbar ist. Denn diese Zuwendungen sind zwar steuermindernd, kosten dennoch erst einmal Geld. Zudem eignet sich nicht jede Maßnahme für jeden Mitarbeiter: Ein junger, neuangestellter Kollege hat ganz andere Bedürfnisse als der verheiratete Mitarbeiter mit drei Kindern oder die langjährige Beschäftigte kurz vor der Rente. Es sollte immer das persönliche Gespräch mit dem Arbeitnehmer gesucht und alles präzise abgestimmt und vereinbart werden. Letztlich entscheidet der Begünstigte gemeinsam mit dem Arbeitgeber, ob er eine Maßnahme möchte.“

Gibt es, Ihrer Erfahrung nach, bei den Arbeitgebern besonders beliebte Maßnahmen?

„Viele Mittelständler, die wir betreuen, gewähren beispielsweise sehr gern Kindergartenzuschüsse. Damit zeigen sie, wie familienfreundlich ihr Unternehmen ist. Solche Zuschüsse sind sozialversicherungsfrei, steuerfrei und für Kinder bis zur Einschulung möglich, sofern sie zusätzlich zum ohnehin geschuldeten Arbeitslohn gezahlt werden. Auch die sogenannte Erholungsbeihilfe ist bei vielen

Unternehmen beliebt. Das sind Beträge, die Angestellten, deren Ehegatten und Kindern gewährt werden können. Die Arbeitgeber sehen darin eine gute Möglichkeit, sich für Geleistetes zu bedanken. Auch ein betriebliches Gesundheitsmanagement oder die Förderung zertifizierter Gesundheitskurse wird im Zuge von Work-Life-Balance und nachhaltiger Mitarbeiterbindung immer wichtiger. Oft wird von Unternehmen zudem der Fahrtkostenzuschuss zur ersten Tätigkeitsstätte gewährt.“

Worauf sollten Arbeitgeber achten, wenn sie Nettolohnoptimierungen einführen?

„Es ist wichtig, die Grenzen der einzelnen Zuwendungen bei der Steuer und der Sozialversicherung zu kennen. Liegt man auch nur einen Cent darüber, kann sofort die volle Besteuerung fällig sein. Hier kommt erschwerend hinzu, dass sich diese Grenzen teilweise jedes Jahr ändern. Arbeitgeber brauchen den ‚steuerlichen Freiraum‘ aber nicht immer komplett ausschöpfen. Sie sollten die Maßnahmen je nach Bedarf selbst deckeln. Beispielsweise kann ein gewährter Kindergartenzuschuss auf ein Kind oder einen Maximalbetrag begrenzt werden. Natürlich müssen alle Maßnahmen dokumentiert und die entsprechenden Nachweise gesammelt werden. Außerdem muss der Arbeitgeber seine Angestellten über die Optimierungen informieren – auch darüber, dass sie eventuell bei Sozialleistungen wie beispielsweise Rente oder Krankengeld etwas schlechter gestellt sein könnten. Nettolohnoptimierungen sind letztlich ein sehr komplexes Feld, bei dem Lohnsteuer-, Sozialversicherungs- und Arbeitsrecht aufeinandertreffen.“

Wie unterstützen Sie Unternehmen konkret?

„Wir beraten jederzeit gern zu den Möglichkeiten der Nettolohnoptimierung. Bei Interesse machen wir eine Potenzialanalyse. Hier stellen wir eine Auswahl von Maßnahmen zusammen, die sich für das jeweilige Unternehmen besonders lohnen würden. Aus diesen Bausteinen kann der Arbeitgeber dann einzelne auswählen und sie seinen Mitarbeitern vorstellen. Selbstverständlich unterstützen wir danach auch bei der Einführung der Maßnahmen, lassen sie vom Finanzamt bestätigen, klären formelle und rechtliche Punkte, informieren auf Wunsch die Mitarbeiter über Rechte und Pflichten und berücksichtigen die Maßnahmen in der Lohnabrechnung.“



Auswahl möglicher Bausteine der Nettolohnoptimierung

- **Vorsorge:** soziale Absicherung, betriebliche Krankenversicherung, betriebliche Berufsunfähigkeitsversicherung, Betriebsrente
- **Mobilität:** Firmenwagen und -fahrrad, E-Bike, Fahrtkostenzuschuss
- **Gesundheit:** Gesundheitsgutschein und -förderung
- **Familie & Freizeit:** Erholungsbeihilfe, Kindergarten-Zuschuss
- **Digitale Medien:** Internet-Zuschuss, Tablet, Notebook, Smartphone
- **Konsum:** Gutscheinkarte, Essenszuschuss

Beispiel: Zahlung von Erholungsbeihilfe

Die Auszahlung ist einmal im Kalenderjahr jeweils drei Monate vor oder nach Urlaubsantritt und in folgender Höhe möglich:

- 156 Euro für Arbeitnehmer
- 104 Euro für Ehegatte
- 52 Euro für jedes Kind

Die Besteuerung erfolgt pauschal mit 25 Prozent; die Beihilfe ist sozialversicherungsfrei

IHRE ANSPRECHPARTNERIN



Isabel Franzka
Prokuristin und Steuerberaterin

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



Links liegenlassen ist nicht mehr

PR-Expertin Franziska Bücken erklärt den richtigen Umgang mit Bewertungsportalen im Internet

Von Google Maps über TripAdvisor oder das Arztportal Jameda bis hin zur Arbeitnehmerplattform kununu – fast überall können Nutzer im Netz ihre Meinung kundtun. Eigentlich eine schöne Sache, doch schlechte Bewertungen machen aus dem Segen schnell einen Fluch. Als PR-Consultant bei ABG Marketing kennt Franziska Bücken das Problem. Im Interview gibt sie Tipps, wie Unternehmen Bewertungsportale für eine effektive Öffentlichkeitsarbeit nutzen können.

Wie ernst sollten Unternehmen Bewertungsportale nehmen? Im Zweifelsfall: ignorieren?

„Links liegenlassen sollte man die Plattformen auf keinen Fall! Nach Schätzungen von Experten verlassen sich mittlerweile über zwei Drittel der Nutzer auf Bewertungen im Netz. Egal, ob Produktanbieter, Dienstleister, Arzt, Vermieter oder Arbeitgeber: Wer einmal schlecht bewertet wurde, wird dieses Stigma oft schwer wieder los. Das kann zum echten Image-Problem werden. Mein ganz grundsätzlicher Rat: Überblick bewahren. Unternehmen sollten immer wissen, wo sie im Internet präsent sind und welche Meinungen dort über sie kursieren. Das gilt nicht nur für selbst erstellte Präsenzen und Einträge. Denn oft werden Seiten mit Bewertungsfunktion wie beispielsweise bei Facebook automatisch erstellt.“

Wie nutzen Unternehmen Bewertungsportale richtig?

„Sie sollten ganz offensiv Präsenz zeigen, mit Nutzern kommunizieren und

interagieren – nicht nur bei schlechten Bewertungen. Es gibt viele Anlässe, zu denen Unternehmen Kunden oder Arbeitnehmern zeigen können, dass sie wahrgenommen werden und dass ihre Meinung wichtig ist. Da reichen schon ein paar Zeilen als Dankeschön an einen treuen Nutzer oder die freudige Reaktion auf eine tolle Bewertung. Unternehmen können zufriedene Kunden oder Mitarbeiter auch mit Gutscheinen oder Prämien zum Abgeben von Bewertungen bewegen. Bei den eigenen Kommentaren auf Bewertungsportalen ist es wichtig, ein einheitliches Bild zu vermitteln. Hierfür müssen die Mitarbeiter entsprechend geschult sein. Die Kommunikation kann bei Bedarf auch an einen versierten Partner abgegeben werden. Kleiner Fakt am Rande: Rege Interaktion wird auch von den Algorithmen vieler Bewertungsportale registriert. So rutscht ein kommunikatives Unternehmen oftmals im Ranking weiter nach oben.“

Man hört regelmäßig Kritik über die Portale ...

„Richtig, es gibt immer wieder Probleme mit Fake-Bewertungen und sogenannten Trollen, also Menschen, die auf Internetplattformen einfach nur provozieren wollen. Dass unsachgemäße, beleidigende oder rufschädigende Beiträge meist anonym verfasst sind, macht es umso schwerer, darauf zu reagieren. Ein weiteres Problem: Über teure Premium-Partnerschaften können sich Unternehmen auf Bewertungsplattformen oft ein besseres Ranking erkaufen, obwohl sie

Kleiner Bewertungsportal-Knigge:

- Nutzer beachten und ernst nehmen
- Auf berechtigte Kritik eingehen
- Zu Fehlern stehen – Verbesserung in Aussicht stellen
- Sachlich und freundlich reagieren
- Nichts persönlich nehmen
- Beleidigungen und Rück-Beschimpfungen sind tabu!
- Nutzer zu freundlichem Austausch anregen
- Immer einheitlich kommunizieren (gemäß Corporate Language)
- Nutzern für Lob danken
- Zu lebhaftem Austausch anregen

Funny Story: Eine Laube wird zum Edelrestaurant

Der Brite Oobah Butler hatte seine Gartenlaube 2017 bei einem der bekanntesten Bewertungsportale zum angesagtesten Restaurant Londons gemacht. Er benötigte dafür anfangs nur falsche Bewertungen von Freunden. Später brach dann ein regelrechter Hype los – bis er den Schwindel schließlich auflöste und in seine Laube einlud. Das Beispiel zeigt: Man sollte Bewertungen auf Portalen nicht blindlings vertrauen.

nicht besser sind als ihre Konkurrenz. Hinzu kommt, dass für Menschen Unzufriedenheit meist ein besonders starker Grund ist, die eigene Meinung zu äußern. Da kann es noch so eine große Zahl an zufriedenen Nutzern geben: Wenn ein oder zwei richtig enttäuscht sind und sich über schlechte Bewertungen Luft machen, prägt das schnell die Meinungen über ein Unternehmen. Arbeitgeber kennen diese Probleme vielleicht von frustrierten Ex-Beschäftigten.“

Was sollten Arbeitgeber in solchen Fällen tun?

„Da gibt es verschiedene Möglichkeiten. Ist der Kollege beispielsweise noch im Unternehmen beschäftigt und hat im Alltagsstress mit seinem Kommentar einfach ein bisschen überreagiert, hilft meist ein kurzes Gespräch. In einem Dialog auf Augenhöhe können Probleme schnell aus der Welt geschafft werden. Oft sind Mitarbeiter dann bereit, einen Kommentar anzupassen oder zu löschen. Daneben können Arbeitgeber die Kommentarfunktion der Beiträge immer auch zu einer sachlichen Antwort nutzen. Dabei sollte auf Kritik eingegangen und die Möglichkeit zur Gegendarstellung ergriffen werden. Wichtig dabei: Immer einen angemessenen Ton wahren und nicht explodieren!“

Und wenn eine Bewertung dann doch Grenzen überschreitet?

„Kommentare auf Bewertungsportalen sind durch die Meinungsfreiheit geschützt. Erst wenn falsche Behauptungen oder

Beleidigungen kursieren, kann rechtlich dagegen vorgegangen werden. Abmahnungen, Unterlassungen, einstweilige Verfügungen und Klagen sind hier Möglichkeiten, um Nutzer zum Löschen von Kommentaren zu bringen. Sind die Nutzer anonym und nicht greifbar, ist das Portal in der Pflicht. Jedoch müssen falsche Tatsachenbehauptungen immer zweifelsfrei nachgewiesen werden. Deshalb ist es manchmal besser, zu schauen, wie wichtig eine einzelne Bewertung für den Ruf eines Unternehmens ist. Ist ein Kommentar beispielsweise offensichtlich ein Fake oder fällt er als Einzelfall kaum ins Gewicht, kann er zur Not auch mal ignoriert werden.“

Reicht es, sich als Arbeitgeber nur auf sein Image auf Bewertungsportalen zu verlassen?

„Auf keinen Fall! Ein gutes Standing auf solchen Plattformen ist nur ein Element einer wirkungsvollen Arbeitgebermarke. Das lebendige Arbeitsklima, ansprechende Jobs, spannende Aufgaben, Familienfreundlichkeit, Weiterbildungen – es gibt viele Möglichkeiten, um bei Bewerbern und langjährigen Arbeitnehmern zu punkten. Dabei immer wichtig: die wirkungsvolle Kommunikation aller Vorzüge und Anreize über die richtigen Kanäle. Öffentlichkeitsarbeit und Markenbildung sollten auch in Sachen Personal nicht dem Zufall überlassen werden. Geraten Arbeitgeber hier an Kapazitätsgrenzen, bietet ein externer Partner oft praktische Unterstützung.“



IHRE ANSPRECHPARTNERIN



Franziska Buecker
PR-Consultant

ABG Marketing GmbH & Co. KG
Telefon +49 351 437 55-29
buecker@abg-partner.de



Keine Angst vor der Betriebsprüfung



Haben Sie als Unternehmer oft dieses mulmige Gefühl, plötzlich könnte der Betriebsprüfer vor der Tür stehen und Ihre Akten sehen wollen? Da können wir im Wesentlichen Entwarnung geben: Eine solche Prüfung muss im Gegensatz zur Umsatzsteuer- oder Kassennachschau grundsätzlich mindestens zwei Wochen vorher angekündigt werden – schriftlich per Verwaltungsakt. Trotz dieses regelmäßigen zeitlichen Vorlaufs sollten Sie immer gut vorbereitet sein. Schließlich kann eine Betriebsprüfung jedes Unternehmen treffen. Wir erklären, wie eine Betriebsprüfung abläuft, welche Sanktionen bei Vergehen drohen können und wie Sie sich optimal vorbereiten. Und keine Sorge: Sie stehen mit Ihrer Betriebsprüfung nie allein da – wir sagen Ihnen, an welche Experten Sie sich bei Fragen wenden können.

Wen hat das Finanzamt auf dem „Kieker“?

Grundsätzlich kann eine Betriebsprüfung jeden treffen: Land- und Forstwirtschaftsbetriebe, Freiberufler, Gewerbebetriebe, Körperschaften und sogar private Steuerzahler. Dennoch hat die Finanzverwaltung bestimmte Akteure besonders

auf dem „Kieker“. Handels- und Fertigungsbetriebe sowie sogenannte BMW-Betriebe (Bäcker, Metzger, Wirte) stehen verstärkt im Fokus, besonders, wenn sie Umsätze von mehr als fünf Millionen Euro oder einen steuerlichen Gewinn von mehr als 300.000 Euro erwirtschaften. Kleinbetriebe und Freiberufler hingegen währten sich bisher in puncto Betriebsprüfung oft in Sicherheit. Früher kam es vor, dass sie über einen Zeitraum von zehn bis 20 Jahren weitestgehend unbeachtet blieben, während andere große Unternehmen durchgängig alle drei oder vier Jahre geprüft wurden. Doch die Finanzverwaltung hat im Zuge der Digitalisierung aufgerüstet und wälzt nicht mehr nur Papier, sondern kontrolliert verstärkt Daten, Arbeitsabläufe und technische Gegebenheiten. Man arbeitet heute um Einiges effizienter und lässt die „Kleinen“ viel seltener durchs Raster fallen. Die Gründe für Prüfungen reichen indes vom turnusmäßigen Termin über vermutete Unregelmäßigkeiten bis hin zum Zufallsprinzip. Auch Ereignisse wie Unternehmensnachfolgen oder zu spät abgegebene Steuererklärungen können den Prüfer auf den Plan rufen. In unserer Infobox haben wir einige wichtige Anlässe für Sie zusammengefasst.

Der Ablauf der Prüfung

Zum festgesetzten Termin steht der in der Prüfungsanordnung angekündigte Betriebsprüfer vor der Unternehmenstür und muss sich per Ausweis verifizieren. Es folgt das Eröffnungsgespräch, in dem er sich das Unternehmen, seine Abläufe und die Zuständigkeiten beschreiben lässt. Danach steht die Betriebsbegehung auf der Tagesordnung. Schließlich setzt sich der Prüfer mit einem Laptop an den bereitzustellenden Arbeitsplatz, spielt Daten ein und prüft stichprobenartig Akten, Rechnungen, Verträge und sonstige Belege. Besonders genau schaut er dabei auf Pensionsverpflichtungen und Verträge mit Gesellschaftern und nahestehenden Personen. Der Betrieb kann bei Bedarf vom Prüfer auch mit branchengleichen Unternehmen oder mit eigenen vergangenen Bilanzen verglichen werden – sogenannte interne und externe Betriebsvergleiche. Erscheint dem Prüfer etwas unschlüssig, kann er Befragungen durchführen. Hier ist Vorsicht

Anlässe für Betriebsprüfungen:

- *verspätete Abgabe der Steuererklärung*
- *Steuerschätzung durch das Finanzamt*
- *eingegangene Kontrollmitteilungen (Belege bei Kunden geben Anlass zu Frage)*
- *Verlustbetriebe*
- *Betriebseröffnungen oder -aufgaben*
- *Unternehmensnachfolgen*
- *Fälle mit besonderer steuerlicher Relevanz (z. B. Immobilienbesitz)*

geboten, denn Betriebsprüfer gehen gut vorbereitet in ihre Termine und stellen geschickte Fragen. Schon eine lapidare Bemerkung kann für den Unternehmer zum Problem werden. Denn: Jede Auskunft im Rahmen der Prüfung darf bewertet und in der Beurteilung berücksichtigt werden. Die Prüfung vor Ort kann je nach Branche und Größe des Unternehmens sowie der Komplexität der Daten von zwei Tagen bis zu mehreren Monaten dauern. Hinzu kommt der Aufwand für den Arbeitsplatz des Prüfers, eventuelle Unterbrechungen im Tagesgeschäft und Mitarbeiter, die dem Prüfer zurarbeiten müssen.

So geht es nach der Vor-Ort-Prüfung weiter

Hat der Prüfer nichts zu beanstanden, wird das Prüfungsergebnis schriftlich mitgeteilt. Gab es jedoch Beanstandungen von Finanzamtsseite, geht dem Unternehmer in den meisten Fällen ein Schreiben mit den vorläufigen Feststellungen zu. Diesen kann seitens des Unternehmers zugestimmt oder widersprochen werden. Bei der Schlussbesprechung kommen abschließend alle Parteien noch einmal zusammen. Dazu zählen: die Steuerpflichtigen, der Steuerberater, der Betriebsprüfer und gegebenenfalls der Sachgebietsleiter der Finanzverwaltung und eventuelle externe Gutachter. Bei dieser Gelegenheit kann ein Konsens zwischen Unternehmen und Finanzverwaltung erzielt werden. Dabei kommt es oft nicht nur auf Fakten, sondern auch auf Verhandlungsgeschick an. Anschließend werden der Prüfbericht und geänderte Steuerbescheide erlassen. Konnte im Rahmen der Schlussbesprechung keine Einigung erzielt werden, steht hier im

Notfall der Rechtsweg offen. Der gesamte Prozess der Betriebsprüfung vom eigentlichen Vor-Ort-Termin bis zum endgültigen Bescheid dauert in der Regel mehrere Monate, kann sich aber im Extremfall auch über einige Jahre hinziehen.

Konsequenzen im Fall von Beanstandungen

Werden vom Prüfer Unregelmäßigkeiten festgestellt, kann das erhebliche Konsequenzen für Unternehmer haben. Das reicht von der Steuernachzahlung über die Einleitung eines Strafverfahrens, Geld- und Haftstrafen bis hin zur Gewerbeuntersagung. Was viele nicht auf dem Schirm haben: die Verzinsung bei zurückliegenden Feststellungen. Derzeit sind pro Jahr sechs Prozent Zinsen fällig. Bei älteren Versäumnissen kommt dann schnell eine beträchtliche Summe zusammen. Auch Bußgelder von anderen Stellen wie dem Ordnungsamt oder Nachforderungen von Kammern sind nicht auszuschließen. Treten derartige Sanktionen gebündelt auf, kann das für ein Unternehmen Liquiditätsprobleme oder gar die Insolvenz bedeuten.

Nicht bis zur Ankündigung warten: Vorsorgen!

Ein Vorsatz, den sich Unternehmer zu Herzen nehmen sollten: „Die Vorbereitung auf die nächste mögliche Betriebsprüfung beginnt immer heute.“ Denn wer seine Unterlagen ordnungsgemäß aufbewahrt und ablegt, hat bei der Prüfung nichts zu befürchten. Wichtig ist in diesem Zuge auch das Dokumentieren von Besonderheiten: entgangene Umsätze aufgrund einer dauerhaften Baustelle vor dem eigenen Ladengeschäft, wenn

Mitarbeiter lange Zeit wegen Krankheit ausfallen oder das Ausbleiben von Restaurantgästen aufgrund eines verregneten Sommers. Auch in der elektronischen Finanzbuchhaltung oder bei Warenwirtschaftssystemen sollte immer alles exakt dokumentiert werden. Denn als Folge der Digitalisierung kontrollieren Prüfer neben Kassensystemen immer stärker auch die elektronischen Prozesse im Unternehmen; Stichwort: Verfahrensdokumentation – diese sowie Bedienungsanleitungen, Update-Chroniken oder Programmierprotokolle müssen dem Prüfer zugänglich gemacht werden.

Merke

Wer sich davon überfordert fühlt, kann sich in jeder Phase der Betriebsprüfung und natürlich auch vorsorglich Expertenrat einholen. Die Steuerberater, Wirtschaftsprüfer und Juristen des Beratungsverbundes ABG-Partner stehen Ihnen gern mit Rat und Tat zur Seite. Unsere Unternehmensberater unterstützen Sie zudem als unabhängige Gutachter.

IHRE ANSPRECHPARTNER



Dresden

Annette Stranz

Prokuristin und Steuerberater

ABG Allgemeine Beratungs- und Treuhandgesellschaft mbH
Steuerberatungsgesellschaft
Telefon +49 351 437 55-47
stranz@abg-partner.de



München

Manuela Feig

Prokuristin und Steuerberaterin

ABG Allgemeine Beratungs- und Treuhandgesellschaft mbH
Steuerberatungsgesellschaft
Telefon +49 89 139 977-33
feig@abg-partner.de



Bayreuth

Christine Mösbauer

Geschäftsführerin und Steuerberaterin

ABG Steuerberatungsgesellschaft mbH
Telefon +49 921 788 988-10
moesbauer@abg-partner.de



Alles easy-peasy?

Warum Gründungen scheitern können und sich das Risiko trotzdem lohnt

Viele Jungunternehmer denken, dass der Papierkram, die Organisation und Namensfindung im Vorfeld einer Gründung der anstrengendste Part seien. Dabei geht es nach dem „offiziellen Start“ erst richtig los. Es gibt viele Hürden, die ein Unternehmen gerade in der Start-up-Phase bewältigen muss. Insgesamt drei bis fünf Jahre dauert diese in der Regel. Wir verraten, an welchen Herausforderungen Gründer in dieser Zeit scheitern – oder aber auch wachsen können. Unser Tipp an alle, die für eine Geschäftsidee brennen: Es lohnt sich, dranzubleiben!



Fehlendes betriebswirtschaftliches Know-how

Eine tolle Geschäftsidee oder Talent für etwas zu haben, ist schon mal ein vielversprechender Anfang für ein eigenes Business. Sie können gut kochen und eröffnen ein Restaurant? Sie haben ein Faible für Mode und verkaufen selbst designte Kleider? Sehr gut! Nur dürfen Sie nicht vergessen, dass das Führen eines Unternehmens auch betriebswirtschaftliche Kenntnisse erfordert. Buchhaltung, Steuern, Finanzen, Kalkulation, Vertragswesen, Recht: Breit aufgestelltes Unternehmerwissen ist gefragt. Wenn nicht vorhanden, lohnt sich ein Coaching, oder aber Sie gewinnen ein weiteres, „BWL-sattelfestes“ Mitglied für Ihre Management-Ebene.

Ein Schritt nach dem anderen

Zugegebenermaßen macht der Gedanke an ein eigenes Business stolz. Nicht selten erleben Unternehmer aber, dass es „mit ihnen durchgeht“, erst recht, wenn die Zeichen anfangs auf Erfolg stehen und die ersten Euros auf dem Geschäftskonto eingehen. Dann müssen es für die „Außendarstellung“ gleich die teuersten Firmenwagen oder Immobilien sein. Das sind allerdings Fixkosten, die Jungunternehmern in Zeiten niedriger Umsätze – und von denen kann es in der Start-up-Phase einige geben – das Genick brechen können. Seien Sie daher lieber anfangs bescheiden und realistisch, statt zu schnell viel zu große Schritte gehen zu wollen. Das betrifft nicht nur die Ausgaben, sondern auch das Geschäftsfeld. Viele Gründer neigen dazu, immer mehr zu wollen: „Das Produkt läuft richtig gut, ich nehme gleich noch ein weiteres ins Angebot auf“ oder: „Mein kleines Restaurant reicht mir nicht mehr, ich eröffne noch ein größeres in der Innenstadt“. Die Devise sollte aber eher lauten: Erst einmal sattelfest in dem werden, womit man angefangen hat, und dann peu à peu größer werden.



Privatleben versus Business

In der Anfangsphase braucht ein Unternehmen ausgesprochen viel Zuwendung; die Aufbauarbeit ist immens. Manche realisieren das aber erst viel zu spät und geraten in eine Zwickmühle: Wie kann ich mein Geschäft aufbauen, ohne dass meine Familie das Gefühl der Vernachlässigung bekommt? Stellen Sie sicher, dass Ihre wichtigsten Bezugspersonen hinter Ihnen und Ihrem Traum stehen – und Verständnis für etwaige Einschränkungen aufbringen. Doch Achtung: Das Familien- und Privatleben komplett links liegen zu lassen, ist auch nicht die Lösung. Die Erfahrung wird Sie lehren, das richtige Maß zu finden.

Immer up-to-date sein

Spätestens wenn Sie bei Ihrer Hausbank einen Gründerkredit beantragen, müssen Sie auskunftsfähig zu Markt, Wettbewerb, Zielgruppe und Erfolgsaussichten sein. Wenn Ihr Betreuer für den Kredit schließlich grünes Licht gibt, heißt das allerdings noch lange nicht, dass alles gut wird. Denn Zeiten und Märkte ändern sich. Es gilt, Augen und Ohren immer offen zu halten: Wie tickt meine Branche? Welche Trends gibt es? Verändern sich die Bedürfnisse meiner Zielgruppe gerade? Grenze ich mich noch vom Wettbewerb ab? Weist mein Geschäftsmodell oder Produkt noch Schwächen auf, die ausgebaut werden müssen? Gibt es neue Technologien, die mein Produkt oder meine Dienstleistung überflüssig machen? Ruhnen Sie sich also nie dauerhaft auf Ihrer Prognose oder auf Analysen aus, die Sie für einen Kreditantrag oder Ihren Businessplan angefertigt haben.



Ordnung ist das halbe (Business-)Leben

„Ordnung ist das halbe Leben“. Wie wahr dieser Spruch ist, merken Sie erst recht, wenn Sie Ihr eigenes Unternehmen gründen. Sie haben beispielsweise eine Rechnung erhalten und bezahlt, eine Buchung vorgenommen oder den abgearbeiteten Auftrag in Rechnung gestellt? Dann dokumentieren Sie alles sorgfältig und legen es ab. Eine „Das Genie beherrscht das Chaos“-Einstellung ist nicht empfehlenswert. Raten Sie mal, wer kein Fan dieses Mottos ist: das Finanzamt – nämlich wenn es sich bei Ihnen zur Betriebsprüfung meldet. Was hierbei auf Sie zukommt, lesen Sie ab Seite 8.

Fehlende Akquise

Von Tag eins an voll beschäftigt? Das geht den wenigsten Gründern so. Sie werden sehen, dass es viel Zeit und Mühe erfordert, ein Netzwerk aus Geschäftspartnern und potenziellen Kunden aufzubauen. Niemand davon klopft gleich am ersten Tag an Ihre Tür. Heißt: Machen Sie sich bekannt und gehen Sie auf jede erdenkliche Netzwerkveranstaltung. Mit der Visitenkarte und im Idealfall einer kleinen Firmenpräsentation im Gepäck machen Sie einen guten Eindruck. Noch besser ist es natürlich, mit dem „Trommeln“ viel früher zu beginnen. Zu oft hat man schon von lang geplanten Ladeneröffnungen gehört, für die an alles gedacht wurde – nur nicht an die Werbemaßnahmen. Stellen Sie sich dieses Event vor: Ballons, Musik und Personal, aber von Gästen keine Spur. Ein erschreckender Gedanke, oder?

Uneinigkeit im Gründerteam

Viele gehen den Weg der Selbstständigkeit nicht allein, sondern finden sich für eine Geschäftsidee mit jemandem zusammen. Oft ist es der Kommilitone, ein guter Freund oder ein ehemaliger Kollege. Kämpft man anfangs noch für eine gemeinsame Sache, offenbart man meist die Zeit, wie sehr das Gründerteam wirklich Hand in Hand geht – zum Beispiel nach der erfolgreichen Anlaufphase, wenn es an die nächsten Schritte und wegweisenden Entscheidungen geht. Konträre Ansichten zur Weiterentwicklung der Produkte und Dienstleistungen oder der Auswahl von Investoren führen oft zu tiefgreifenden Konflikten zwischen den Gründern. Und wenn es hier schon nicht stimmt ...



Mangelndes Kapital

Wir reden hier nicht nur von dem notwendigen Kapital zu Beginn der Selbstständigkeit. Dafür haben Sie im Idealfall einen fundierten Businessplan, mit dem Sie ziemlich gute Chancen auf einen Gründerkredit haben. So überbrücken Sie die erste Zeit Ihres Start-ups – vorausgesetzt, Ihr Rentabilitäts- und Liquiditätsplan stimmt. Existenzgründer vergessen an der Stelle ganz oft die privaten Kosten und rechnen diese nicht mit in ihren Kapitalbedarf ein. Oder sie kalkulieren Investitionen mit zu geringen Summen. Und selbst wenn diese Hürde gemeistert ist, dann steht das Thema „Kapitalbedarf“ spätestens vor dem nächsten

Wachstumsschritt noch einmal auf der Agenda: Mehr Mitarbeiter, zusätzliche Räume und neue Infrastruktur müssen finanziert werden. Und wie sieht es parallel dazu mit dem Auftragsvolumen aus, um die Kosten des erhöhten Ressourcenbedarfs zu decken? Genau das ist das Problem, denn beides verhält sich nicht immer proportional zueinander. Kurz: Wachstum und Profitabilität sind Zustände, die in den Gründungsjahren selten zeitgleich vorherrschen.

Was ist die Alternative? Gar nicht gründen?

Geht man nach dem aktuellen Gründerreport des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK) haben viele Menschen zwar Pläne, sich selbstständig zu machen, wagen den Schritt aber letzten Endes doch nicht. Neben Zweifeln und dem Risiko des Scheiterns liegen die Gründe dabei auch in den unübersichtlichen Fördermöglichkeiten und den viel zu komplizierten Antragswegen. Doch derartige Sorgen sind unberechtigt, wenn eine entsprechende externe, am besten ganzheitliche Expertise zu Rate gezogen wird. Mit den Steuerberatern, Wirtschaftsprüfern, Rechtsanwälten, dem klassischen Consulting sowie den Marketing- und Kommunikationsexperten vom Beratungsverbund ABG-Partner sind alle wichtigen Beratungsbereiche unter einem Dach vereint. Dies und ein zukunftssicheres, wettbewerbsfähiges Geschäftsmodell, ein ausgeprägter Unternehmergeist sowie die Überzeugung von der eigenen Idee sind wesentliche Eckpfeiler einer erfolgreichen Gründung. Zugegeben, das ist alles vielleicht nicht gerade „easy-peasy“, aber sicherlich keine Sache der Unmöglichkeit – und wenn man es richtig angeht, der Grundstein für etwas ganz Großes. Bis dahin gehen Sie einen Schritt nach dem anderen – gern gemeinsam mit uns.

IHRE ANSPRECHPARTNERIN



Ramona Olenizak

Prokuristin und Unternehmensberaterin

ABG Consulting-Partner
GmbH & Co. KG
Telefon +49 351 437 55-28
olenizak@abg-partner.de



Beratungsverbund ABG-Partner

Steuerberater

Rechtsanwälte

Unternehmensberater

Kommunikationsberater

Wirtschaftsprüfer

www.abg-partner.de

Gemeinsam erfolgreich: Beratungsverbund ABG-Partner

ABG-Partner ist ein Beratungsverbund mit wirtschaftlich selbstständigen Gesellschaften der Steuerberatung, Unternehmensberatung, im Bereich Recht, Kommunikation und Wirtschaftsprüfung. ABG-Partner betreut den klassischen Mittelstand – der Fokus liegt auf einem fachübergreifenden Beratungsansatz und der Bündelung von Kompetenzen. Wir sind Ihr Partner in allen Unternehmensphasen – von der Existenzgründung, in Wachstumsprozessen, bei Nachfolgen und in Sanierungen.

Wir verbinden die verschiedenen Kompetenzen für den größtmöglichen Erfolg Ihres Unternehmens. So haben Sie selbst bei komplexen Prozessen feste Ansprechpartner – und das alles aus einer Hand. Das Team von ABG-Partner umfasst rund 120 Mitarbeiter, mit denen wir aktuell circa 2.000 Mandanten betreuen. Neben der fachlichen Kompetenz legen wir Wert auf eine partnerschaftliche, individuelle Beratung und unterstützen Sie bei allen unternehmerischen Fragen und Herausforderungen.

Mehrwert:

- *Ganzheitliche Beratung: steuerlich, betriebs- und finanzwirtschaftlich, kommunikations- und vertriebsseitig, rechtlich*
- *Schnelle, direkte Kommunikation innerhalb der Fachbereiche*
- *Leistungen variabel zusammenstellbar*
- *Feste Kalkulationsbasis*

München

Romanstraße 22
80639 München
Telefon +49 89 139 977-0
muenchen@abg-partner.de

Dresden

Wiener Straße 98
01219 Dresden
Telefon +49 351 437 55-0
dresden@abg-partner.de

Herausgeber

ABG Partner GmbH
Friedrich Geise (V.i.S.d.P.)
Romanstraße 22
80639 München
Telefon +49 89 139 977-0
muenchen@abg-partner.de
www.abg-partner.de

Konzept und Umsetzung

ABG Marketing GmbH & Co. KG
Wiener Straße 98
01219 Dresden
Telefon +49 351 437 55-11
marketing@abg-partner.de
www.abg-partner.de

Bayreuth

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

Böblingen

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

Bildnachweis

www.istockphoto.com
Unternehmensfotos
ABG Marketing GmbH & Co. KG
Jan Bürgermeister
(www.fotostate.de)
Unternehmensfotos creditshelf
Aktiengesellschaft

Haftungsausschluss

Die Texte sind nach bestem Wissen und Kenntnisstand erstellt worden. Die Komplexität und der ständige Wandel der Rechtsmaterie machen es notwendig, Haftung und Gewähr auszuschließen.