

Geschäftsmodelle 4.0

Die Zukunft beginnt jetzt



1 73 7 75 48 3
823654 9263
745 2032734

Das große Rad drehen

Mit neuen Strukturen hebt die DATEV im digitalen Wandel neue Potenziale.

Betrug verhindern

Neue Regelungen gegen Umsatzsteuer- ausfälle im Online-Handel.

Ausgezeichnete Zukunft

Das Label Digitale DATEV-Kanzlei zeichnet herausragende Mitglieder aus.

Durchgängig digitale Abläufe.

Für die Zusammenarbeit mit meinem Mandanten

einfach perfekt!

Für die erfolgreiche Mandatsgestaltung ist eine enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit das A und O. Die digitalen Lösungen Ihrer Genossenschaft ermöglichen eine durchgängige Prozesskette – von den Unternehmensdaten bis zur Auswertung in der Kanzlei. So schaffen Sie effiziente Abläufe und bekommen eine solide Basis für das Wichtigste – die persönliche Beratung Ihrer Mandanten. Mehr unter www.datev.de/digital.



Zukunft gestalten. Gemeinsam.

Digital schafft Perspektive.

Wussten Sie schon ...



INNOVATIV

Die Schweiz wird nach den Werten von 2018 als innovativstes Land der Welt bewertet, gefolgt von den Niederlanden und Schweden. Auch Deutschland ist unter den Top-Ten und liegt auf Platz neun.

Quelle: WIPO; Cornell University



214 MINUTEN

... war 2018 jeder Jugendliche (zwölf bis 19 Jahre) in Deutschland am Tag im Internet. 2012 waren es noch 131 Minuten pro Tag.

Quelle: mpfs



82 %

... der Befragten gaben an, kürzlich beim Online-Shop Amazon eingekauft zu haben. Auf den Plätzen zwei und drei folgen weit abgeschlagene Otto.de (25%) und mediamarkt.de (19%).

Quelle: Statista-Umfrage



Vor wenigen Jahren noch bestimmten Produzenten und Anbieter das Marktangebot. Inzwischen aber haben die Kunden an Einfluss gewonnen. Bedingt durch das Internet erwartet eine „Always-on-Gesellschaft“ heute ein völlig neues Produkt- und Leistungsportfolio, da der technologische Wandel aus ihr vernetzte und gut informierte Akteure macht. Im Ringen um die Gunst der Kunden müssen Unternehmen ihre Prozesse anpassen. Der steuerliche Berater sollte die Entwicklung aktiv begleiten, denn die Geschäftsmodelle 4.0 verändern auch seine Beratungsfelder.

MARKUS KORHERR

Chefredakteur DATEV magazin



13,56 Mrd. €

... nahm die Bundesrepublik Deutschland 2017 an Grundsteuer (B) ein.

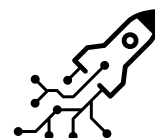
Quelle: Statistisches Bundesamt



TOOLS

Auf die Frage, welche digitalen Technologien in ihrer täglichen Arbeit relevant seien, nannten die meisten Befragten Cloud-Angebote sowie Big Data und Analytics.

Quelle: Accenture Strategy



62 zu 46

62% der Befragten aus dem Finanzsektor erwarten in ihrem Geschäftsfeld große Auswirkungen durch die Digitalisierung. Demgegenüber erwarten dies nur 46% der Befragten aller Industrien.

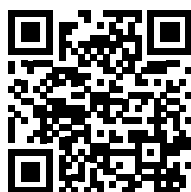
Quelle: 451 Research

GEHE NICHT DAHIN, WO DER PUCK IST. GEHE DAHIN, WO DER PUCK SEIN WIRD. WAYNE GRETZKY

Vertreterwahl 2020



Ihre Stimme zählt: Gestalten Sie die Zukunft bei der Vertreterwahl 2020. Für Sie. Für uns. Für DATEV. www.datev.de/deinestimme



DIGITALISIERUNG LEBEN

Jetzt zum DATEV-Kongress 2019 anmelden
www.datev.de/kongress



FÜR UNTERNEHMER

Im TRIALOG-Magazin finden Ihre Mandanten wichtige Informationen zum Thema betriebliches Gesundheitsmanagement. Besuchen Sie www.trialog-magazin.de

Perspektiven



- 06 Das große Rad drehen**
Die digitale Transformation stellt hergebrachte Organisationsformen auf den Kopf. Wir reagieren darauf und setzen mit neuen Strukturen Potenziale frei.

Aus der Genossenschaft

- 19 Blickwinkel erweitern**
Die Digitalisierung verändert Geschäftsprozesse, Unternehmen, den Markt und damit auch die Zusammenarbeit von Steuerberatern, Mandanten sowie der DATEV.
- 20 Gemeinsam voran**
DATEV hat ein sportliches Jahr 2018 hingelegt und eine Verschnaufpause ist nicht in Sicht – nähere Informationen dazu gibt Julia Bangerth, Vorstandsmitglied der DATEV.

Praxis

- 22 Heilen oder beerdigen?**
Kaum eine Steuerart ist so umstritten wie die Grundsteuer, die der Bund nun reformieren will. Sehr viele Bürger und zahlreiche Experten würden sie lieber abschaffen.

Titelthema

Geschäftsmodelle 4.0 – Die Zukunft beginnt jetzt

- 08 Am Puls der Zeit bleiben**
In der globalisierten Welt sind Unternehmen permanenten Veränderungen unterworfen – das erfordert eine kompetente Beratung, die sich an den Entwicklungen orientiert.
- 10 Kunden ändern sich**
Die Digitalisierung verändert die Grundzüge des Handels. Unterbewusste Prozesse werden bestimmend für die Entscheidung, was, wann und wo gekauft wird.
- 13 Geschäftsfeld Internet**
Influencer, Blogger und YouTuber sind eine neue Generation von Unternehmern. Ihre Steuerpflichten sind für viele Steuerberater eine Herausforderung.
- 16 Die Zeichen der Zeit erkennen**
Veränderungen im Kundenverhalten müssen Unternehmer und steuerliche Berater stets im Fokus haben. Ein Beispiel aus der Textilbranche zeigt, was sonst passieren kann.



26 Betrug verhindern
Mit neuen Aufzeichnungspflichten und Haftungsregeln will der Gesetzgeber verhindern, dass es beim Handel über Online-Marktplätze weiterhin zu Umsatzsteuerausfällen kommt.

29 Neue Vorgaben, neue Fragen
Die Fortentwicklung der arbeitsrechtlichen Normen scheint sowohl den nationalen Gesetzgeber wie auch die Rechtsprechung zuweilen an Grenzen stoßen zu lassen.

Kanzleimanagement

32 Flexibel mit starren Regeln umgehen
Mehr Autonomie freut den Arbeitnehmer, effiziente und loyale Mitarbeiter freuen den Chef. Doch es gibt Schattenseiten.



Digitale
Kanzlei
2019

DATEV

35 Ausgezeichnete Zukunft
Mit dem Label Digitale DATEV-Kanzlei zeichnet die Genossenschaft Mitglieder aus, die die Ziele und Visionen der Genossenschaft in besonderer Weise voranbringen.

Produkte & Services

37 Updates bitte nur noch digital
DATEV empfiehlt, sich die Bereitstellung der DATEV-Programme per DFÜ einzurichten.

Impressum

38 Neue Programmversionen im August
Die neuen Versionen der DATEV-Programme 13.0 stehen bald elektronisch bereit.

39 Rückerstattung von im EU-Ausland gezahlter Vorsteuer
Das Online-Portal des Bundeszentralamts für Steuern (BZSt) ermöglicht Unternehmen, die Rückerstattung im EU-Ausland gezahlter Vorsteuer zu beantragen.



Werte & Visionen

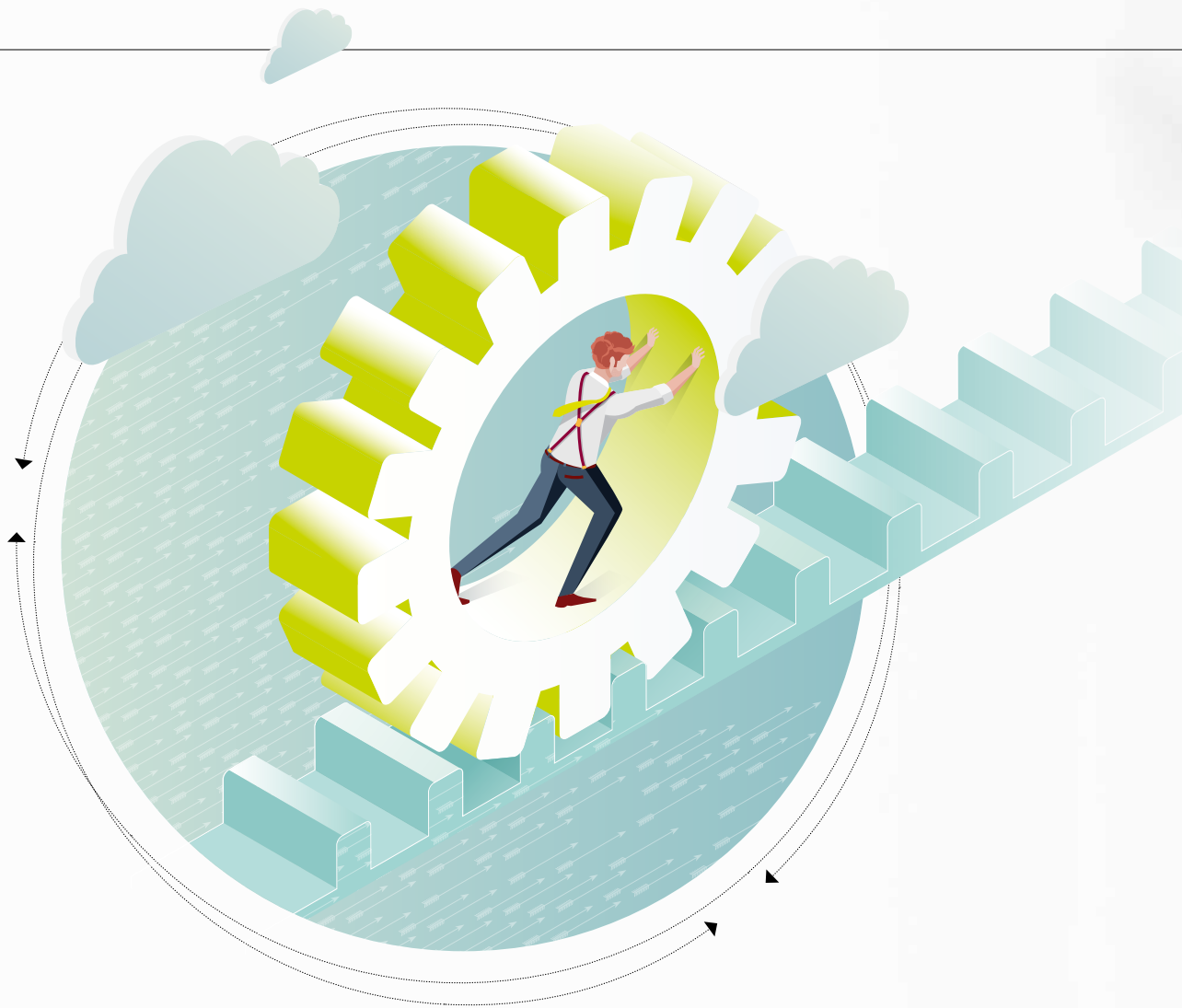
40 Glückwunsch und Warnung zugleich
Bill Gates mutmaßte 1993, das Internet sei lediglich ein Hype. Mit dieser Aussage setzte er einen bis heute unübertroffenen Maßstab für Fehlprognosen, denn heute ist mehr als die Hälfte der Weltbevölkerung online.



VORSCHAU
AUSGABE
08 / 19

Titelthema Zeit- und Selbstmanagement

In der Arbeitswelt haben sich Zeitdruck und Stress nicht zuletzt durch die Digitalisierung erhöht. Wie kann man damit umgehen?



Das große Rad drehen

Wir verändern DATEV | Die digitale Transformation stellt hergebrachte Organisationsformen auf den Kopf. Wir reagieren darauf und machen mit neuen Strukturen ein noch kreativeres und flexibleres Umfeld möglich.

Die Wirtschaft verändert sich zurzeit radikal, ebenso die Technologien. Ein solcher Umbruch ist für uns als DATEV nichts Neues – in den zurückliegenden 50 Jahren gab es immer wieder Herausforderungen, die wir als Genossenschaft gemeinschaftlich bewältigt haben. Unser vorausschauendes Handeln hat es uns ermöglicht, dass wir mit der Digitalisierung Schritt halten und unserem Auftrag, dem Berufsstand stets die besten Voraussetzungen für seinen Erfolg zu schaffen, nachkommen.

Kreatives Umfeld für digitale Herausforderungen

Aber die mit der Digitalisierung einhergehende Transforma-

tion fordert uns nicht nur technologisch. Sie stellt die Form, wie wir bisher zusammengearbeitet haben, auf den Kopf. Eine Umwälzung dieser Art haben wir in den vergangenen fünf Jahrzehnten nicht erlebt. Aus diesem Grund haben wir in den letzten Jahren bereits damit begonnen, unsere Organisation zu verändern – um dynamischer zu werden und unsere Kunden frühzeitig in Prozesse mit einbeziehen zu können. Agile Methoden schaffen bei DATEV nun ein kreatives und flexibles Umfeld – zunächst im Bereich der Softwareentwicklung und zunehmend auch in anderen Teams und Abteilungen. Außerdem beziehen wir unsere Kunden an vielen Stellen des Produktentstehungszyklus mit ein, stellen ihnen kontinuierlich neue Produktbestandteile bereit und gleichen in

regelmäßigen Abständen die Priorisierung unserer strategischen Themen und Produkte mit den Anforderungen des Marktes ab.

Aber allein an einzelnen Rädchen zu drehen, wird nicht ausreichen. Damit wir Vordenker und digitales Rückgrat für unsere Kunden sein und bleiben können, stehen wir vor größeren Aufgaben. Daher analysieren wir nun das Ganze, um die gesamte Organisation zu transformieren. Denn wir wollen das Wie der Wertschöpfung völlig neu betrachten. Aktuell sind wir überwiegend in Bereichen und Abteilungen organisiert, in denen wir die Produktentwicklung und begleitende Maßnahmen vorantreiben. Durch den Einsatz agiler Methoden und einzelner abteilungsübergreifender Projekte konnten wir trotz der eher gewachsenen, funktionalen Struktur einen gewissen Grad an Dynamik erreichen. Das hat uns vor Augen geführt, dass interdisziplinär arbeitende Teams enorme Potenziale freisetzen können.

Mut zu neuen Strukturen

Für uns ist die Botschaft klar: Wir wollen die Weichen so stellen, dass zukünftig flexible und interdisziplinäre Einheiten die Wertschöpfung sichern. Silos schaffen wir ab, stattdessen etablieren wir klare Verantwortlichkeiten. Dafür brauchen wir Mitarbeiter mit Mut zum Anpacken. Wir wollen unser Ohr noch stärker als bisher am Kunden und am Markt haben, um auf Veränderungen frühzeitig und schnell reagieren zu können. Das Gute daran ist: Wir betreten nicht komplettes Neuland. Denn bei diesem interdisziplinär organisierten Ansatz haben wir uns sowohl von erfolgreichen internationalen Softwareunternehmen inspirieren lassen als auch von uns selbst. Damit profitieren wir von Innovationen – und bleiben trotzdem uns selbst treu. ●



DR. ROBERT MAYR

Vorstandsvorsitzender der DATEV eG

FOLGEN SIE MIR AUF TWITTER



twitter.com/Dr_Robert_Mayr





Am Puls der Zeit bleiben

Rollierend beraten | In einer globalisierten Welt sind die Unternehmen permanenten Veränderungen unterworfen. Gesetzesvorgaben der Europäischen Union, Einflüsse aus China oder den USA sowie eine rasante technologische Entwicklung erfordern eine kompetente Beratung, die sich an den Marktentwicklungen orientiert.

Autor: Andreas Nägelein

Unser wirtschaftliches Umfeld unterliegt mittlerweile solch schnellen Veränderungsprozessen, dass sich kein Unternehmen und kein Unternehmer mehr dauerhaft seiner Marktstellung oder Gewinnbasis sicher sein kann. Dynamische Prozesse stellen bewährte Strukturen in Frage und reformieren diese zuweilen in kürzester Zeit. Ein ganz einfaches Beispiel: Vor zehn Jahren gab es noch eine ganze Industriesparte, die sich mit der Entwicklung von Fotofilmen beschäftigte. Durch die Etablierung des Smartphones mit Fotofunktion wurde diese Branche in weniger als zweieinhalb Jahren zum Abwicklungsfall. Insolvenzen waren die Folge. Eine Sanierung schied mangels eines tragfähigen Geschäftsmodells aus. Eine weitere Tatsache, die wir uns zuweilen vor Augen führen sollten, wird mit der Frage eingeleitet, ob man sich noch an die App erinnern kann, die anlässlich der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland (Stichwort „Sommermärchen“) am häufigsten genutzt wurde. Denken Sie bitte einen Moment nach. Die einfache Antwort lautet: gar keine App! Warum? Weil das iPhone von Apple erst nach der WM 2006 das Licht der Konsumentenwelt erblickte. Was ich damit sagen will, ist, dass in einer Zeitspanne von Ende 2006 bis heute das Smartphone eine wahre Revolution in unser aller Nutzungsverhalten bewirkt hat. Was wird dann aber

in den kommenden Jahren bis etwa 2030 alles passieren? In jedem Fall müssen wir wachsam sein. Das ist auch der Grund, warum die Zukunftsthemen in unserer Kanzlei eine wichtige Rolle spielen. Denn es ist nicht die Frage, ob, sondern wen im Kreis der Mandanten die anstehenden Veränderungsprozesse wann treffen werden und wie wir steuerlichen Berater darauf frühzeitig reagieren können. Schließlich ist davon auszugehen, dass uns der Markt womöglich nicht viel Reaktionszeit gewähren wird (Beispiel Filmentwicklung). Deshalb stellen wir frühzeitig die nachfolgenden Überlegungen an und treffen auch konkrete Vorbereitungen in unseren Mandatsbeziehungen.

Marktbeobachtung

Die erste und wichtigste Maßnahme ist, den Markt dauerhaft zu beobachten und vor diesem Hintergrund die jeweiligen Unternehmensziele permanent zu kontrollieren. Die Mandanten erwarten von uns Beratern eine Einschätzung darüber, welche Anforderungen der Markt stellt. Im Gegenzug fragen wir bei den Mandanten offen nach, ob sie mit unserer Dienstleistung beziehungsweise unserem Service zufrieden sind. Mehr als trügerisch ist jedenfalls die Haltung, dass ein Kunde, der nicht reklamiert,

wohl ein zufriedener Kunde ist. Wer als Berater „überleben“ will, benötigt eine regelmäßig ausgesprochene Bestätigung seines Kunden, dass dieser mit ihm zufrieden ist. Erst dann kann man hoffen, dass sich bei aufkommender Unzufriedenheit nicht im Stillen der Gang zum Alternativenanbieter vollzieht. Also Mut zur offen formulierten Frage: Sind Sie mit uns zufrieden? Zudem sollte man sich regelmäßig Informationen über potenzielle Alternativen (was können andere Berater leisten, wo findet der Mandant diese Leistungen?) beschaffen.

Veränderung bei Umsätzen und Kosten

Jedoch wird ein Hinterfragen allein nicht ausreichen. Auch die harten Fakten der absoluten Umsatzentwicklung und der Produktionskosten beziehungsweise Aufwandspositionen müssen beim Mandanten regelmäßig erhoben und interpretiert werden. Ist der Mandant dazu eigenständig bereit und in der Lage? Als Steuerberater muss man hierzu eine klare Einschätzung abgeben können und gegebenenfalls das Signal zum unternehmerischen Handeln setzen, um so eine womöglich entstehende finanzielle Lücke zu verhindern. Eine derartige Beratung ist übrigens eine gute Basis für eine eigenständige Honorarforderung.

Permanente betriebswirtschaftliche Kontrolle

Nicht die einmalige Analyse und Interpretation der aktuellen Aufstellung des Unternehmens sind von Nutzen, sondern erst die Etablierung eines regelmäßigen Überwachungsprozesses führt zum Erfolg. Die Tücke liegt hierbei im Detail. Unter regelmäßig kann, je nach Branchendynamik, eine Zeitspanne von vier bis acht Monaten zu verstehen sein. Natürlich wird sich in dieser Zeitspanne erwartungsgemäß nichts Weltbewegendes verändern. Aber sicherlich werden diverse kleine Parameter von Wettbewerbern neu definiert. Diese Parameter zu erkennen und zu überlegen, ob das eigene Unternehmen dabei (frühzeitig) mitziehen beziehungsweise dem etwas Eigenes (jetzt oder später) entgegensetzen sollte, ist Aufgabe unternehmerischen Handelns für die kommende Dekade. Sein Handwerk zu beherrschen, ist die Pflicht. Die Kür besteht aber in der richtigen Einschätzung der Markterwartungen. Trainieren Sie Ihre Mandanten dazu. Derartige Überlegungen sowie die Fähigkeit, diese in der Praxis umzusetzen, waren in der Vergangenheit – wenn überhaupt – sicher nicht in ausreichendem Maße Gegenstand der schulischen Ausbildung, des Studiums beziehungsweise der Lehre oder des Meisterabschlusses. Daher ist davon auszugehen, dass man entsprechende Denkmuster weder bei den Beratern noch bei den Mandanten prinzipiell voraussetzen kann.

Mehrjahres- und Soll-Ist-Vergleich

Die Beratung wird letztlich auf Basis des klassischen und bewährten Ansatzes eines Mehrjahresvergleichs aufgebaut, kombiniert mit der Planungsrechnung des Soll-Ist-Vergleichs für die

Zukunft, sie besteht ferner aus einer Beobachtung und Interpretation, was sich am Kundenverhalten ändert beziehungsweise welche Maßnahmen und Innovationen der Wettbewerb oder die Politik auf den Weg bringen. Informationsquelle für den Aufbau einer derartigen Beratung sind Branchenzeitschriften, Messebesuche, die Teilnahme oder Auswertung von Hochschulforschungsprojekten, die Förderung von Studenten im Rahmen ihrer Abschlussarbeiten (was sehr produktiv sein kann) sowie eine engmaschige Internetrecherche; ferner, soweit möglich, eine Befragung von neu eingestellten Mitarbeitern mit aktueller Branchenerfahrung sowie die Durchführung von Testkäufen oder Besuche direkt beim Wettbewerber. Schließlich kann, soweit möglich, auch die Bildung von Allianzen innerhalb der Branche ein sehr effektives Mittel sein, eine korrekte Markteinschätzung vornehmen zu können.

Visionärer Ausblick

Abschließend vermag ein konkretes Beispiel aus der jüngsten Beratungspraxis zu verdeutlichen, welche Überlegungen die Unternehmen anstellen müssen: Ein Zulieferer der Automobilindustrie, dessen Produktpalette überwiegend vom konventionellen Fahrzeugbau (Verbrennungsmotor/Schaltgetriebe) abhängt, möge einen fokussierten Blick nach China richten. Sollte die dortige Regierung infolge der Umweltbelastungen für die Stadtbewohner sehr schnell eine flächendeckende Einführung von Elektrofahrzeugen anordnen, um Protestbewegungen zuvorkommen, würden die deutschen Premiumhersteller gezwungen sein, dem Elektrodiktat zu folgen, da sowohl die Umsatz- als auch die Gewinnbasis in China für diese Hersteller sehr bedeutsam ist. Eine beschleunigte Abkehr vom bisherigen Fahrzeugbau wäre die erzwungene Folge. Zulieferer der alten Welt würden also sehr schnell (wie die Fotofilm-Entwickler) ihrer bisherigen Basis beraubt sein. ●

ANDREAS NÄGELEIN

Steuerberater in der Kanzlei Wohlleber sowie Teamleiter für den Bereich Sanierungs- und Insolvenzbesteuerung

MEHR DAZU

Fachseminar „Haftungsfalle Jahresabschluss – Die Zeichen erkennen: vorbeugen, statt haften“, Art.-Nr. 78141

Beratung vor Ort „Beratung betrieblicher Mandanten – Modul 1: Unterjähriges Controlling, Modul 2: Von der Analyse zur Planung“: www.datev.de/beratung-bebe

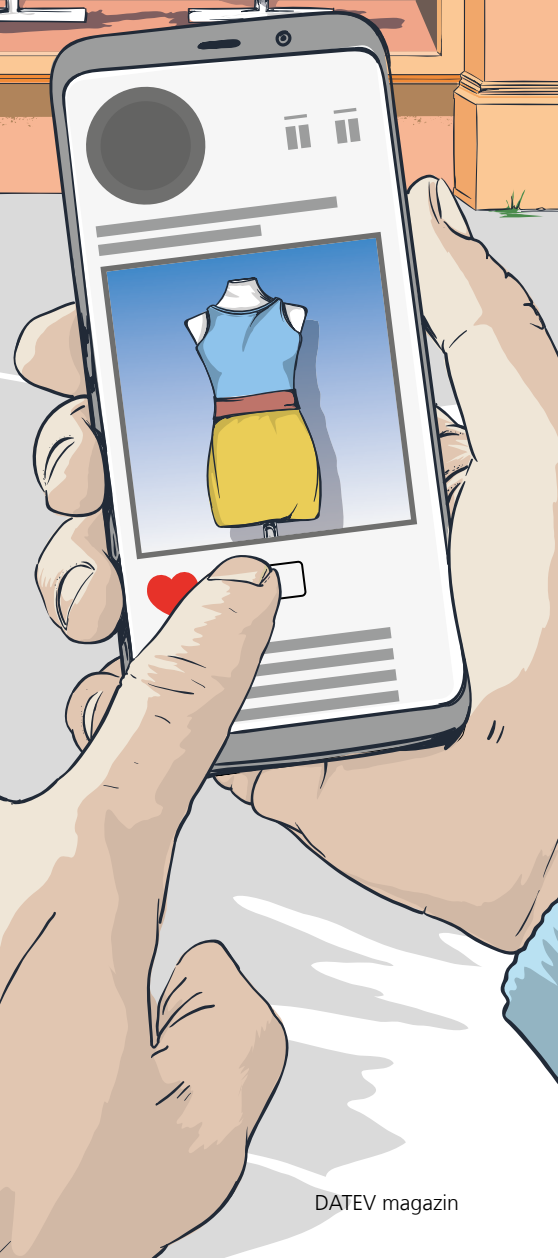
Bei Analyse, Planung und Soll-Ist-Vergleichen unterstützen DATEV Unternehmensanalyse und DATEV Unternehmensplanung. Mehr unter www.datev.de/wirtschaftsberatung-classic sowie www.datev.de/unternehmensanalyse und www.datev.de/unternehmensplanung

Kunden ändern sich



Veränderung der Strukturen | Die Digitalisierung verändert die Grundzüge des Handels. Nicht mehr die Qualität oder der Preis allein sind ausschlaggebend. Vielmehr werden unterbewusste Prozesse bestimmend für die Entscheidung, was wann und wo gekauft wird.

Autorin: Sibylle Steiner



Der Steuerberater von heute muss sich und seine Mandantschaft auf tiefgreifende Veränderungsprozesse einstellen. Eine bloß flankierende Begleitung reicht längst nicht mehr aus. Diese Prozesse sind zu schnelllebig und in ihrer Wirkung viel zu disruptiv, als dass man es dem Zufall überlassen könnte, ob ein Mandant in drei oder fünf Jahren noch Mandant ist oder ob er es nicht mehr ist – sei es, weil dieser überlebt, aber den Steuerberater wegen mangelnder Impulse gewechselt hat, sei es, weil seinen Umsatz jetzt andere Händler machen, die wohl dann auch einen anderen Steuerberater haben dürften. Vor diesem Hintergrund lohnt sich ein Gedankenspaziergang durch einige Branchen, um sich die Verände-

zung der Prozesse vor Augen zu führen, bei denen der steuerliche Berater gestaltend begleiten kann.

Banken und Finanzdienstleister

Die Kreditinstitute bieten neuerdings einen Service an, der es den Kunden ermöglicht, über neue Geldeingänge auf ihrem Konto informiert zu werden. Sie bieten sogleich die Möglichkeit an, solche Geldeingänge gegen Rabattgewährung in Form von Wertguthaben einem Dritten zuzuweisen. Das heißt, das begehrte Gut „Liquidität“ wird an der Wurzel seiner Sichtbarkeit gepackt mit dem Ziel, dieses Guthaben sogleich – dafür die Rabattgewährung als Anreiz – einem Händler zuzuführen. Wann und wofür dann der Kontoinhaber und baldige Kunde dieses Guthaben beim Händler einlöst, ist sekundär. Wichtig ist, der Umsatz wurde – hinsichtlich der Freiheit des Kunden, über sein Geld noch zu verfügen – aus Sicht des Händlers schon einmal in die richtige Bahn gelenkt. Wer hier die Nase vorne hat, dem bieten sich ungleich mehr Chancen, seinen Anteil am Umsatzkuchen zu erlangen. Derartige Aspekte, wie etwa die Rabattgewährung, werden zunehmend relevant für Kunden und deren Kaufentscheidung. Wer hier nicht mitzieht, wird mit der Zeit unweigerlich zurückfallen.

Hotel- und Gaststättengewerbe

Die Gastronomie unterstützt oder ersetzt ihr Frontpersonal zunehmend durch digitales Equipment. Ein Beispiel: Wo früher Kellner bedient haben, kommen nunmehr zentrale Bestell- und Ausgabepoints zum Einsatz, an denen der Kunde bestellt, sodann einen Piepser bekommt und, wenn dieser blinkt und brummt, sich zur Ausgabestelle begibt, um sein schon zuvor bezahltes Essen und Getränk abzuholen. Einen Kellner oder den Service am Platz braucht es dann nicht mehr. Einzig eine Hilfskraft wird benötigt, die hinterher die Tische abräumt, sofern die Gäste dies nicht schon selbst erledigt haben.

Eine klare und vor allem nachhaltige Kostenersparnis. Dort, wo der Kunde keinen Arbeitsplatz-Service verlangt, ist ein derartiges System somit ein klares Must-have, wenn es darum geht, dem Kostenwettbewerb standhalten zu können. Die etwas abgemilderte Variante ist die, bei der eine Personalkraft von Tisch zu Tisch geht und Bestellungen aufnimmt, diese via

Wer hier die Nase vorne hat, dem bieten sich ungleich mehr Chancen, seinen Anteil am Umsatzkuchen zu erlangen.

Handeingabegerät elektronisch an Küche und/oder Theke übermittelt und sodann das Servieren andere Servicekräfte übernehmen. Eine gut ausgebildete, freundliche und kompetente Bestellkraft nimmt somit nur auf und kassiert, während die (Hilfs-)Kräfte, die im Vergleich auch günstiger bezahlt sein können, nur austragen und abräumen. Über Details einer Bestellung oder die Zubereitung der Produkte (Allergien, Möglichkeiten zur Produktvariation) brauchen diese Mitarbeiter nicht informiert zu sein. Kompetenz braucht lediglich die Aufnahmekraft. Mithilfe der skizzierten Technologie wird ihr Know-how effektiv genutzt und es sind weniger Fachkräfte erforderlich. Daher können in diesem Bereich auch noch leichter Mitarbeiter für einen ansonsten schwierigen Arbeitsmarkt gefunden werden – sei es wegen der Verdienstmöglichkeiten, sei es, weil man zunehmend schwerer Fachkräfte für die Arbeitsbedingungen in der Gastronomiebranche begeistern kann.

Freizeitbranche

Ein weiteres Beispiel für die erfolgreiche Nutzung von digitaler Innovation sind die mediale Verbreitung von Produktneuheiten und deren Handhabung oder deren Lifestyle-Qualität. Als konkretes Beispiel aus der Freizeitbranche schauen wir auf einen Funpark, welcher konkreten Ausgestaltung auch immer. Nehmen wir an, dieser Funpark hat ein neues (Spiel-)Gerät, eine neue Anwendung oder einfach eine andersartige Nutzung eingeführt. Diesen Umstand publik zu machen, war früher aufwendig. Heute gilt es, einen Dienstleister, besser aber noch einen eigenen versierten Mitarbeiter zu beschäftigen, der mediale Kanäle bespielen kann. Hierzu wird eventuell schon bei der Entwicklung, der Anfertigung oder dem Aufbau sowie der ersten Nutzung der Neuheit eine Foto- oder Videostrecke angefertigt. Diese kann dann als „Demnächst bei uns neu“ medial verbreitet werden, um Spannung, Neugierde sowie Vorfreude zu erzeugen. Wenn das Produkt dann einsatzbereit ist, wird ein Nutzungsvideo erstellt und verbreitet. Die hierfür einschlägigen Kanäle (YouTube, Facebook) sind längst etabliert und hinlänglich bekannt.

Callcenter und Hotlines

Die Branche der Callcenter und Hotlines bietet sich dafür an, auf Veränderungen beim Personal zu blicken. Konkret geht es darum, die Leistungsparameter der Belegschaft besser kennenzulernen und zu deuten. Durch einen zielführenden Struktur- aufbau lässt sich die Leistung, sprich das tatsächlich für die Firma verwertbare Ergebnis, das die einzelnen Mitarbeiter erzielen, in Erfahrung bringen; insbesondere dort, wo die quantitative und qualitative Leistung selbst am PC erbracht wird. Hier ist eine zunehmend an Bedeutung gewinnende Branche ange-

sprochen: Hotlines, die via Fernbetreuung EDV- beziehungsweise Anwenderprobleme lösen. Die Nachfrage nach diesen neuen Dienstleistern steigt zunehmend, und das wird sicher auch noch länger so sein. So wie einst die Infrastruktur zur Wartung und Reparatur eines stetig steigenden Bestands an PKW geschaffen werden musste, sind derzeit Wartungs- und Betreuungsstrukturen im Aufbau, die die Nutzung der immer mehr raumgreifenden Digitalisierungs- und Anwendungsprozesse unterstützen. Ein zunehmend lukrativer Markt, da sich Software und neue Technologien immer mehr an der Qualität der Anwenderbetreuung messen lassen müssen. Wer hier als Dienstleister Ressourcen aufbaut, hat gute Geschäftsaussichten. Und die Mitarbeiter lassen sich – verständlicherweise, da so ziemlich alles, was sie an Arbeit verrichten, am PC abläuft – auch hinsichtlich ihrer Leistungs- und Ergebniswerte einstufen. Eine klassische ABC-Analyse für Mitarbeiter auf Basis der von ihnen selbst erzeugten Spur des täglichen Arbeitens am PC.

Ökosysteme

Ein weiteres Phänomen unserer heutigen Zeit ist die zunehmende Vermischung der Funktionen der am Handel beteiligten Akteure. Wo früher eine klare Trennung zwischen Rohstoffherstellern, Produzenten, Großhandel und dem feingliedrigen Einzelhandel bestand, herrscht nunmehr eine neue Ordnung. Gerade die Produzenten können durch die neuen Absatzkanäle (Online-Shop) einfacher und damit eigenständiger am Markt auftreten. Die früher vom Einzelhandel übernommene Versorgung der Fläche wird nunmehr durch Logistiklösungen kompensiert. Konkret übernehmen die Erzeuger die Funktion des Einzelhandels und schalten somit die des Großhandels gleich noch mit aus. Für den Händler von heute ist daher die Frage, wie sich sein Warenproduzent verhält, von zentraler Bedeutung. Dass dieser Produzent die Ware selbst günstiger anbieten kann, als es durch die Handlingaufschläge von Groß- und Einzelhandel der Fall wäre, liegt auf der Hand. Sogenannte Erbhöfe mit immerwährenden Berechtigungen gibt es im Handel als Folge der Digitalisierung kaum noch oder vielleicht längst nicht mehr. Eigenständige Produktentwicklung oder Lizenzierung könnten einen gewissen Schutz bieten. Wichtig ist aber, sich mit dieser unaufhaltsamen Entwicklung zu beschäftigen.

Digitale Netzwerke

Um die Frequenz und das Interesse am eigenen Internetshop zu erhöhen, überlegt so mancher Händler, nicht nur den eigenen Shop zu betreiben, sondern auch zusätzliche Seiten zu nutzen, die auf den eigenen Shop verweisen. Bei diesen Seiten handelt es sich nicht um kommerziell aufgestellte Internetseiten, sondern um Ratgeberseiten oder Foren zum Austausch von Themen, die aber mit dem eigenen Produkt oder der Dienstleistung zumindest entfernt etwas zu tun haben. Auf

diesen Seiten geht es zwar nicht um einen konkreten Kaufvorgang, aber am Rande wird doch die eigene Marke exklusiv eingebunden. Sei es durch einen Hinweis, dass man dieses oder jenes Mittel, das man hierfür braucht, in diesem Shop finden kann, oder durch einen Hinweis, dass dort weitergehende, sprich tiefere Informationen zu finden sind. Somit hat man mehrere Angeln im Fluss, um Interessierte beziehungsweise potenzielle Kunden auf den eigenen Shop aufmerksam zu machen. Vor der Implementierung bedarf es zunächst einer Analyse, was technisch umsetzbar ist und vor allem, wie viele Shop-Besucher über einen solchen Link auf die Hauptseite gelangen und welcher Umsatz zu erwarten ist, der den unterstützenden Seiten zugerechnet werden kann; wäre der Kunde ansonsten, also ohne die zuweisende Seite, überhaupt zum Kunden geworden? Auf Basis dieser Erkenntnis ist dann eine Kosten-Nutzen-Abwägung vorzunehmen, die letztlich zu einer richtigen Strategie der Netzwerk-Vermarktung führen kann. Denn Basis des Erfolgs sind hier eine qualitativ ansprechende und damit aufwendige Gestaltung sowie Unterhaltung mehrerer solcher Zuweisenseiten.

Influencer

Wenn wir uns abschließend einer jungen Dame von etwa 13 Jahren widmen, dann ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass sie bestens vernetzt ist. Das bedeutet, dass sie viele ihrer (Kauf-) Entscheidungen mit ihrem persönlichen Umfeld (Mitschülerinnen usw.) teilt. Dem geht nicht selten ein Impuls aus dem Internet voraus. Insbesondere durch sogenannte Influencer. Das sind Personen, die aus der Kommentierung und Beurteilung von Produkten und Trends via Video- oder Textbotschaft für sich ein eigenes Geschäftsmodell aufgebaut haben. Deren Ziel ist es, möglichst viele Interessierte für die eigenen Aussagen und Meinungen zu gewinnen. Richtig relevante Influencer verdienen mit ihren Beurteilungsbeiträgen stolze Summen. Markenhersteller lassen es sich etwas kosten, von Influencern positiv gesehen zu werden. Die Hersteller haben also deren Bedeutung längst erkannt. Aktuell läuft ein Wettbewerb, wer sich als Markenhersteller welchen Influencer dienlich machen kann.

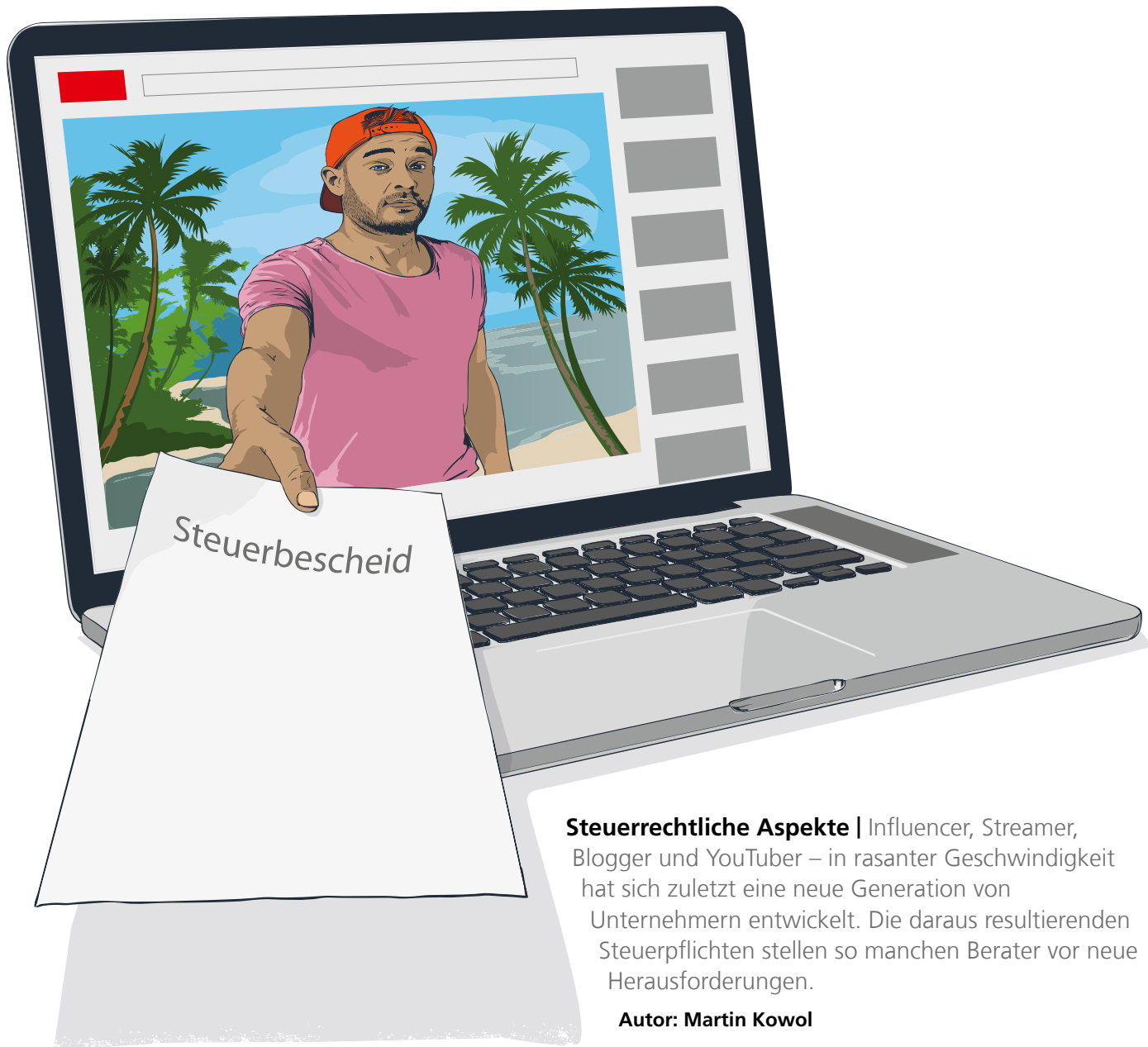
Fazit und Ausblick

Der Kunde von heute, vor allem die jüngere Generation, ist ganz anderen Reizen ausgesetzt, als es sie vor zehn Jahren noch gab. Eine Entscheidungshilfe wie die der Stiftung Warentest ist in der heutigen Zeit nur noch von geringerer Bedeutung. Auch das sollte dem Marktteilnehmer von heute bewusst werden – und ebenso dem ihn begleitenden Steuerberater. ●

SIBYLLE STEINER

Rechtsanwältin in der Steuerberatungskanzlei
Wohlleber in Nürnberg

Geschäftsfeld Internet



Steuerrechtliche Aspekte | Influencer, Streamer, Blogger und YouTuber – in rasanter Geschwindigkeit hat sich zuletzt eine neue Generation von Unternehmern entwickelt. Die daraus resultierenden Steuerpflichten stellen so manchen Berater vor neue Herausforderungen.

Autor: Martin Kowol

Auf einer Pressekonferenz mit Barack Obama im Jahr 2013 sagte Bundeskanzlerin Angela Merkel einst: „Das Internet ist für uns alle Neuland.“ Obwohl diese Aussage bereits sechs Jahre her ist, trifft sie auf einzelne Bereiche des Steuerrechts nach wie vor zu. So zum Beispiel im Bereich der Streamer, Blogger, Influencer und YouTuber. In diesen neuen Geschäftszweigen kann zum Teil richtig viel Geld verdient werden – in virtuellen Räumen sowie länder- und grenzüberschreitend. Da drängt sich die Frage auf, welche Steuerpflichten hieraus resultieren.

Ausgangssituation

Was zunächst als Hobby begann, hat sich für den einen oder anderen schnell zu einer rentablen Einnahmequelle entwickelt. Kostenpflichtige Abos, gesponserte Beiträge, Produktplatzierung, Werbeeinnahmen – für viele Influencer, Streamer oder YouTuber nichts Unübliches mehr. Allerdings erhalten sie regelmäßig Geld für diese Tätigkeiten und erzielen somit steuerpflichtige Einnahmen. Ob eine Steuer dafür anfällt, richtet sich dabei nach den einzelnen Steuergesetzen. Nach § 1 in Verbindung mit § 2 Einkom-

mensteuergesetz (EStG) besteht zunächst eine grundsätzliche Einkommensteuerverpflichtung, sobald Einnahmen aus der Tätigkeit als Influencer, Streamer oder YouTuber erzielt werden. Die Einkommensteuer fällt allerdings erst dann an, wenn die Einnahmen abzüglich der hierauf entfallenden Ausgaben den jährlichen Grundfreibetrag nach § 32a EStG (2019: 9.168 Euro) überschreiten. Bei der Umsatzsteuer gelten hingegen andere Tatbestände und gegebenenfalls kann es zur Anwendung der Kleinunternehmerregelung nach § 19 Umsatzsteuergesetz (UStG) kommen. Zusätzlich zur Einkommen- sowie Umsatzsteuer kann in bestimmten Fällen auch die Gewerbesteuer relevant werden. Im Folgenden werden die steuerlichen Aspekte aufgezeigt, mit denen man sich in diesen Bereichen beschäftigen muss.

Einkommensteuer

Zunächst stellt sich die Frage, ob ein Influencer, Streamer oder YouTuber Einkünfte aus Gewerbebetrieb nach § 15 EStG oder Einkünfte aus selbstständiger Arbeit nach § 18 EStG erzielt. Grundsätzlich fallen journalistische und künstlerische Tätigkeiten unter die Einkünfte aus selbstständiger Arbeit. Somit könnten Blogger, die wissenschaftliche oder journalistische Werke auf ihrer Seite veröffentlichen, oder YouTuber, die künstlerische Videos hochladen, durchaus als Freiberufler im Sinne des § 18 EStG gelten. Problematisch dabei ist aber, dass allein durch die Veröffentlichung von künstlerischen Videos und journalistischen Werken keine Einnahmen erzielt werden, außer es werden die Rechte an den Werken verkauft oder überlassen. In der Regel werden in solchen Fällen Einnahmen durch die Platzierung von Werbung erzielt. Werbende oder werbeähnliche Tätigkeiten sind allerdings als gewerblich anzusehen und führen somit zu Einkünften aus Gewerbebetrieb. Die Abgrenzung zwischen Freiberuf und Gewerbe ist immer einzelfallabhängig. In der Regel wird es sich bei den Einnahmen von Influencern, Streamern und YouTubern aber um gewerbliche Einkünfte handeln. Einkünfte richten sich beim Gewerbebetrieb nach § 2 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 EStG und bei selbstständiger Arbeit nach dem Gewinn gemäß der §§ 4 ff. EStG. Grundsätzlich wird es bei einem Influencer, Streamer oder YouTuber zur Anwendung der Einnahmenüberschussrechnung nach § 4 Abs. 3 EStG kommen. Somit ermittelt sich der Gewinn aus dem Überschuss der Betriebseinnahmen über die Betriebsausgaben. Man kann allerdings auch freiwillig eine Bilanz erstellen und den Gewinn durch Betriebsvermögensvergleich nach § 4 Abs. 1 EStG ermitteln.

Einnahmen

Die Einnahmen, die ein Influencer, Streamer oder YouTuber erzielt, können sich mitunter wesentlich unterscheiden. Influencer,

die sich überwiegend auf Plattformen wie Facebook oder Instagram bewegen, werden in der Regel Einnahmen durch Werbepartner erzielen, indem sie bestimmte Produkte präsentieren oder über diese berichten. Hierfür erhalten sie ein Entgelt, welches zu Betriebseinnahmen führt. Nicht selten dürfen Influencer die präsentierten Produkte auch behalten. Das führt ebenfalls zu steuerpflichtigen Einnahmen, es sei denn, der Werbepartner hat die Sachleistungen bereits pauschal nach § 37b EStG besteuert oder es handelt sich um Streuartikel bis zehn Euro. YouTuber erhalten im Allgemeinen Einnahmen durch Werbeanzeigen vor und während ihrer Videos. Hierzu muss jedoch bereits eine Partnerschaft mit YouTube vorliegen, die man erst ab einer bestimmten Anzahl an Abonnenten und Videoaufrufen erhält. Darüber hinaus generieren YouTuber, so wie Influencer, Einnahmen durch Produktplatzierung und Werbepartner. Die Höhe der Einnahmen eines YouTubers hängt im Wesentlichen von seiner Reichweite ab. So erzielt ein YouTuber mit etwa 1.000.000 Abonnenten und rund 600.000 täglichen Videoaufrufen etwa 40.000 Euro in einem Monat mit Werbung auf seinem Kanal. Streamer auf der Plattform Twitch.tv erzielen primär Ein-

In der Regel wird es sich bei Einnahmen von Influencern, Streamern und YouTubern aber um gewerbliche Einkünfte handeln.

nahmen mit Abonnements, die es bereits für 4,99 US-Dollar pro Monat gibt. Hiervon erhält der Streamer regelmäßig rund die Hälfte der Einnahmen und die Plattform die andere Hälfte. Zusätzlich kann der Streamer in seinem Kanal Werbung schalten und hierdurch ebenfalls Einnahmen, abhängig von der aktuellen Zuschauerzahl, generieren. Darüber hinaus kommt es nicht selten vor, dass Streamer während ihres Livestreams sogenannte Spenden von ihren Zuschauern erhalten. Die Zuschauer schenken dem

Streamer somit Geld, um ihn zu unterstützen. Diese Spenden sind ebenfalls als Betriebseinnahmen zu qualifizieren, auch wenn hierfür keine konkrete Gegenleistung erbracht wird. Denn auch wenn der Streamer die Spende nicht einfordert, so geht er der Tätigkeit gerade wegen solcher Spenden nach.

Ausgaben

Die häufigsten Ausgaben für Influencer, Streamer oder YouTuber sind die Kosten für Kamera, Computer, Mobiltelefon, Arbeitszimmer und sonstiges Equipment, welches für die Ausübung der Tätigkeit benötigt wird. Hierbei sind allerdings die Regelungen für Abschreibungen und geringwertige Wirtschaftsgüter (GWG) zu beachten. Darüber hinaus sind Kosten für in Anspruch genommene Dienstleistungen von Fotografen, Video-Cuttern oder Make-up-Artists ebenfalls als Betriebsausgaben abzugsfähig. Grundsätzlich kommen auch alle Arten von Reisekosten in Betracht, sofern sie durch die Tätigkeit veranlasst sind. Problematisch ist jedoch die Konstellation, in der der Influencer seinen Urlaub über Instagram für die Follower dokumentiert oder ein YouTuber ein ganzes Vlog (Videotagebuch) über seine Reise er-

stellt. Da in diesen Fällen die Diskussion über eine private Mitveranlassung systemimmanent ist, empfiehlt es sich, eine konkrete Aufteilung der Reisekosten vorzunehmen, sofern eine private Mitveranlassung erkennbar ist.

Umsatzsteuer

Die Einnahmen, die ein Influencer, Streamer oder YouTuber erzielt, unterliegen grundsätzlich der Umsatzsteuer. Es handelt sich hierbei in der Regel um selbstständig tätige Unternehmer im Sinne des § 2 UStG. Die Unternehmereigenschaft tritt bereits mit der Aufnahme der gewerblichen oder selbstständigen Tätigkeit ein. Für Umsätze gilt der Regelsteuersatz von 19 Prozent. Sofern jedoch der Umsatz im vorangegangenen Jahr die Grenze von 17.500 Euro nicht überschritten hat und im laufenden Kalenderjahr voraussichtlich 50.000 Euro nicht übersteigen wird, kann von der Kleinunternehmerregelung nach § 19 UStG Gebrauch gemacht werden. Diese Regelung kommt insbesondere bei Influencern, Streamern oder YouTubern in Betracht, die ihre Tätigkeit gerade erst aufgenommen haben. Hier gilt es jedoch zu beachten, dass insbesondere bei der Aufnahme der Tätigkeit zum Teil höhere Investitionen für das Equipment anfallen. Um von einem Vorsteuerabzug nach § 15 UStG Gebrauch zu machen, kann ein Verzicht auf die Kleinunternehmerregelung von Vorteil sein. Wird von der Kleinunternehmerregelung kein Gebrauch gemacht oder werden die Grenzen hierfür überschritten, so ist neben der Umsatzsteuerjahreserklärung auch eine monatliche Umsatzsteuervoranmeldung abzugeben. Die oben angesprochenen „Spenden“, die zum Beispiel ein Streamer von seinen Zuschauern erhält, unterliegen grundsätzlich nicht der Umsatzsteuer, da es hier an der konkreten Gegenleistung fehlt und somit kein steuerbarer Umsatz im Sinne des § 1 Abs. 1 Nr. 1 UStG vorliegt. Unter Berücksichtigung der oben genannten Aspekte ist im Einzelfall immer zu prüfen, wer der Empfänger der jeweiligen Leistung ist und welche umsatzsteuerlichen Konsequenzen sich hieraus ergeben. Ein Verzicht auf die Anwendung der Kleinunternehmerregelung kann daher von Vorteil sein, wenn überwiegend Werbeleistungen an ausländische Unternehmen erbracht werden.

Umkehr der Steuerschuldnerschaft

Die Umsatzsteuerpflicht knüpft stets an die erbrachte Leistung, den Leistungsort und den Empfänger der Leistung an. Bei einem YouTuber oder Streamer wird es regelmäßig der Fall sein, dass von ihm keine Umsatzsteuer auf die erbrachte Werbeleistung geschuldet wird, da im Beispiel von YouTube die Werbung über Google AdSense mit Sitz in Irland gesteuert wird. Somit liegt hier eine Umkehr der Steuerschuldnerschaft im Sinne des § 13b UStG vor und Google wird bereits in Irland die Umsatzsteuer einbehalten und abführen. Gleiches gilt auch für Influencer, die eine Werbeleistung für ein Unternehmen im Ausland erbringen, da hier der Ort der sonstigen Leistung nach § 3a Abs. 2 UStG der

Ort ist, an dem der Empfänger sein Unternehmen betreibt. Es handelt sich daher um in Deutschland nicht steuerbare Umsätze. Eine weitere Besonderheit sind Produkte, die dem Influencer, Streamer oder YouTuber überlassen werden und für die Werbung gemacht werden soll. In diesen Fällen liegt ein tauschähnlicher Umsatz nach § 3 Abs. 12 Satz 2 UStG vor, da das Produkt für die Erbringung einer Werbeleistung hingegeben wird. Der Umsatzsteuer unterliegt somit der Wert des hingegebenen Produkts, welches mit dem gemeinen Wert anzusetzen ist. Da es sich unter Umständen um eine Vielzahl von Produkten handeln kann, die für Werbezwecke hingegeben werden, ist dazu zu raten, eine gesonderte Aufzeichnung hierüber zu führen und sich gegebenenfalls beim Werbepartner über die Verkaufspreise zu erkundigen. Auch hier liegt, sofern der Empfänger der Werbeleistung seinen Sitz im Ausland hat, eine Umkehr der Steuerschuldnerschaft vor.

Gewerbsteuer

Liegen Einkünfte aus Gewerbebetrieb vor, unterliegen diese grundsätzlich auch der Gewerbesteuer. Im Rahmen der Gewerbesteuer ist nach § 11 Abs. 1 Nr. 1 Gewerbesteuergesetz (GewStG) ein jährlicher Freibetrag in Höhe von 24.500 Euro zu berücksichtigen. Auch wenn der Gewinn niedriger als 24.500 Euro ist und im Ergebnis keine Gewerbesteuer anfällt, besteht dennoch die Pflicht zur Abgabe einer Gewerbesteuererklärung. Die Gewerbesteuer wird nach § 35 EStG auf die Einkommensteuer angerechnet. Sollte es sich um Einkünfte aus selbstständiger Arbeit handeln, unterliegen diese nicht der Gewerbesteuer.

Fazit

Der Markt für neue Internetunternehmer ist stetig im Wandel und stellt die Unternehmer sowie die Berater immer wieder vor neue Herausforderungen. Wichtig hierbei ist die besondere Einzelfallbetrachtung, da bereits kleine Unterschiede in den Fällen zu unterschiedlichen Ergebnissen führen können. Insgesamt lässt sich aber festhalten, dass es ertragsteuerlich überwiegend auf die Abgrenzung der privaten von der betrieblichen Sphäre ankommt. Umsatzsteuerlich sind hingegen mehrere Konstellationen zu beachten und es ist ein besonderes Augenmerk auf die Umkehr der Steuerschuldnerschaft zu legen. ●

MARTIN KOWOL

Steuerberater und Master of Laws (LL. M.) bei Nacken Hillebrand Partner Steuerberatungsgesellschaft mbB in Köln

MEHR DAZU

Die Softwarelösungen Einkommensteuer, Gewerbesteuer und Umsatzsteuer finden Sie im DATEV Shop unter www.datev.de

Die Zeichen der Zeit erkennen

Niedergang eines Unternehmens | Veränderungen im Kundenverhalten müssen sowohl der Unternehmer wie auch der ihn begleitende steuerliche Berater stets im Fokus haben. Ein negatives Beispiel aus der Textilbranche zeigt, dass derjenige, der nicht rechtzeitig gegensteuert, zwangsläufig untergeht.

Autor: Markus Wohleber



Früher waren unsere Bedürfnisse vor allem auf die Versorgung mit Nahrung, Kleidung und Behausung ausgerichtet. Heute hingegen sind zusätzliche Ansprüche relevant. Neben der reinen (Grund-)Versorgung möchten wir Qualität, Image und Erlebnis spüren. Unsere Beschaffungsvorgänge sollen nicht einfach für eine Versorgung stehen, sondern uns ein gutes Gefühl vermitteln.

Verändertes Konsumverhalten

Beim Erwerb eines neuen Kleidungsstücks etwa ist nicht nur dessen Eignung für den vorgesehenen Zweck in Form von Größe und Passform maßgeblich, sondern auch die Optik, die Marke und das damit verbundene Image; ferner die Frage nach der Ökologie der verwendeten Materialien bis hin zu der Frage, unter welchen Bedingungen die Produktion (Stichwort Kinderarbeit) erfolgt ist, der Preis und – ganz wichtig – über welchen Beschaffungsweg man das gute Stück erlangt hat. War es ein Onlinekauf, ein Kauf im regulären, stationären Handel oder bei einem Outlet? Hat es den normalen Preis gekostet oder hat man eine Rabattaktion genutzt? Wie wurde der Einkauf erlebt? War der Verkäufer freundlich und kompetent?

Und war die Atmosphäre im Geschäft angenehm oder das Einkaufserlebnis in der Wahrnehmung eher getrübt? Wir sehen, es gibt eine Menge an Fragen und Aspekten, die in heutiger Zeit einen normalen Einkauf tangieren. Diese neuen Denkansätze beeinflussen zumindest den Kaufvorgang. Nicht wenige Quellen sprechen mittlerweile von der bestimmenden Entscheidungsgröße, wo der Kunde seinen Umsatz platziert. Es sind also genau diese Informationen, die wichtig für den Unternehmer von heute sind. Warum verhält sich mein Kunde gerade so? Wie kann ich diese Entscheidung in meinem Sinne beeinflussen? Aber nicht nur der Händler in der Textilbranche muss sich Gedanken über das Nutzungsverhalten seiner Kunden machen, sondern wir alle, die wir für andere Menschen tätig sind und auf deren Wahrnehmung und Wohlwollen unserer Marke gegenüber wir angewiesen sind. Ausgangspunkt dieser Entwicklung ist – wenig verwunderlich – die Digitalisierung.

Informationen beschaffen

Wer hier die Weichen richtig stellt, wird mit Blick auf die Zukunft erfolgreich agieren, wer hingegen die Trends der Zeit nicht sieht, dem droht genau das Gegenteil davon. Informationen werden nicht zu Unrecht als das neue Rohöl des 21. Jahrhunderts bezeichnet. Uns allen ist bewusst, dass die Steuerung unseres Kaufverhaltens von enormem Interesse für den Unternehmer von heute ist. Die Wirkung der Beeinflussung der Umsatzströme – von Lenkung zu sprechen, wäre übertrieben – ist zu einem Expansionspfad für die einen und zu einem Über-

lebenskampf für die anderen geworden. Am Anfang stehen also die Daten. Diese müssen gut sein. Gute Daten lassen sich erfolgreich auswerten. Taugliche Auswertungen inspirieren zu neuen Strategieansätzen. Neue Strategieansätze schaffen Bedürfnisse. Diese Bedürfnisse müssen im Geschäft des Unternehmers mit den Wünschen der Kunden korrelieren. Ein daraus erfolgter Verkauf schafft wiederum neue Daten.

Die Entwicklung verschlafen

Kehren wir noch einmal zu unserem Unternehmer aus der Textilbranche zurück. Es handelt sich um ein mittelständisches Unternehmen mit 20 Verkaufsfilialen. Ein Unternehmen, das von der formalen Größe her in der Lage sein sollte, über ausreichend Ressourcen zu verfügen, um seine Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten. Ressourcen wären vorwiegend Mitarbeiteranzahl und -fähigkeit sowie Kapital und der Wille, Veränderungsprozesse als gewünscht anzusehen. In der Realität sieht es jedoch anders aus. Die Filialen sind EDV-technisch nicht up to date. Die reinen Formalien wie Bestellvorgänge und die finanzamtskonforme Abbildung der Zahlungsvorgänge sowie des Lagerbestandswesens können erfüllt werden. Nun wäre es aber wünschenswert, mehr über die Vorgänge in den einzelnen Filialen und über deren Kunden zu erfahren. Doch für die Beschaffung der Daten bestand bereits ein ungleicher Ausgangspunkt im Vergleich zu einem sehr großen, international tätigen und mit enormen liquiden Mitteln ausgestatteten Internethändler. Dieser kennt von seinen Kunden nicht nur deren Namen und die Adressen, sondern weiß auch, wofür sich diese

Informationen
werden nicht zu
Unrecht als das
neue Rohöl des
21. Jahrhunderts
bezeichnet.

Kunden interessieren, was sie konkret und tatsächlich kaufen, bis hin zu der Erkenntnis, um wie viel Uhr an welchen Wochentagen in welchen Preisklassen ein Kauf getätigt wird. Dieser Mitbewerber hat einen klaren Vorsprung bei der Erhebung relevanter Nutzerdaten. Er braucht sie nicht mehr zu erheben, er hat sie schon bis hin zur Historie bezüglich der Bezahlung. Unser Textilhändler mit seinen 20 Filialen hingegen hatte die Zeit verschlafen.

Verdrängungswettbewerb

Es heute mit einer veralteten EDV zu versuchen und die Daten von deren Warte aus im stationären Handel zu erheben, ist mühsam und langwierig. Unter Umständen werden die Rahmendaten des Einzelhandels, wie diese derzeit in Deutschland bestehen, unserem Textilhändler auch gar nicht mehr genug Zeit lassen, noch Anschluss zu finden. Der Verdrängungswettbewerb ist brutal. Die Tatsache, dass mittlerweile bereits vier von zehn Kleidungsstücken in Deutschland im Rahmen von Rabattaktionen verkauft werden, macht deutlich, dass eine Rohertragskalkulation von vornherein mit noch niedrigeren Margen rechnen

muss, um letztendlich die Ware nicht als Restbestand im Lager liegen zu haben. Und die Tatsache, dass Kleidungsstücke, die über die ortsansässigen Discounter verkauft werden, allesamt zu den Posten zählen, die als zum regulären Preis an die Kundschaft verkauft gelten, macht diese Erkenntnis nicht besser.

Guter Rat war teuer

Was also hätte unser Textilhändler besser machen können? Vor vielen Jahren viel Geld in eine bessere EDV investieren? Versierte Mitarbeiter in diesem Segment einstellen und diesen viel Freiraum geben, damit sie neue Ideen kreieren? Oder für ausreichend liquide Mittel sorgen, um diese EDV, die zusätzlichen Mitarbeiter und die daraus entstehenden Aktionen zu finanzieren? Vielleicht. Sicher ist, dass auch dieser Weg unsicher gewesen wäre, von der Beschaffbarkeit dieser Ressourcen ganz zu schweigen. Denn die reine Investition stellt keine Erfolgsgarantie dar. Vielmehr ist es die Lehre vom Kapitän, der mit seiner Mannschaft umsichtig im Nebel mit kurzen Impulsen am Steuerrad beweglich bleibt und bei Bedarf durch Kommandos an die hellwache Crew schnell Segel setzen oder reffen lassen kann, bei Bedarf Ballast abwirft oder auch rechtzeitig allen ein „Alle Mann nach Steuerbord!“ oder „Alle Mann nach Backbord!“ zuruft – und, falls nötig, sogar ein „Alle Mann von Bord und rette sich, wer kann!“.

Unflexible Strukturen

In unserem Fall musste der Textilhändler Insolvenz anmelden. Bei der späteren Analyse trat klar hervor, dass eine individuelle Filialsteuerung nicht gegeben war. Die Umsatzerlöse pro Filiale sowie der Materialeinsatz waren zwar bekannt, aber eine filialbezogene Vollkostenrechnung lag nicht vor. Und selbst wenn es diese gegeben hätte, wäre eine Trennung von Non-Profit-Filialen kurzfristig nicht möglich gewesen, denn die Mietverträge bestanden alle mit der zentralen Unternehmensleitung. Eine isolierte, vorzeitige Auflösung wäre nur mit Zustimmung des Vermieters möglich gewesen. Eine eigenständige GmbH-Gliederung pro Filiale wäre zwar aufwendig gewesen, hätte aber schon weitaus früher, also vor der Insolvenz, eine Selektion ermöglicht. Bis hin zu dem Umstand, dass der Vermieter angesichts einer drohenden Insolvenz der Einzelfilial-GmbH gegebenenfalls zu konstruktiven Gesprächen die Miete betreffend (Stichwort: Umsatzpacht) bereit gewesen wäre. Bei derartigen Konstellationen könnte es sich anbieten, neue Filialen zunächst einmal in der Rechtsform einer eigenen GmbH zu führen und – wenn klar ist, ob diese nachhaltig wirtschaften kann – nach etwa zwei bis drei Jahren zu überlegen, diese Filiale entweder aufzugeben oder mit der Hauptfirma zu verschmelzen. Sozusagen wäre das dann eine Art Probezeit für den neuen Standort, bevor er voll dazugehört. Diese Probezeit könnte man natürlich auch länger als für den Zeitraum von drei Jahren ansetzen.

Rückgang von Umsatz und Kundenfrequenz

In unserem Fall konnte darüber hinaus ermittelt werden, dass die durchschnittliche Umsatzgröße pro Verkauf in den vergangenen Jahren kontinuierlich zurückgegangen war. Dies in Verbindung mit einer geringer werdenden Kundenfrequenz hätte schon Jahre vor der Insolvenz die Dringlichkeit, gegenzusteuern, erkennen lassen müssen. Stattdessen aber wurden neue, weitere Filialen eröffnet. Sei es im Glauben, immer neue Filialen würden die negative Entwicklung kompensieren, sei es, weil man an bessere Zeiten glaubte, in denen auch schwache Filialen wieder erfolgreich sein würden. Womöglich hätte die Stärkung der schwachen Filialen mit sehr gutem Verkaufspersonal noch eine nachhaltige Wende bewirken können. Vor dem Hintergrund des Fachkräftemangels aber ist diese Option nicht mehr als eine Spekulation und scheidet eigentlich als praktikabler Lösungsansatz aus.

Fehlende ABC-Analyse

Auch führte unser Textilhändler zu keiner Zeit eine ABC-Analyse durch, wohl deshalb, weil anfangs die wenigsten Filialen der Kategorie B oder C zuzurechnen waren. Zu solchen wurden sie erst mit der Zeit – und dies leider unbemerkt oder weil man, als es so weit war, nicht den Willen hatte, einen Veränderungsprozess anzugehen. Eine taugliche und emotionsfreie Analyse in früherer Zeit hätte hier wohl dazu geführt, die reine Expansionsstrategie zu überdenken und die schwachen Filialen auszusortieren – allen Unannehmlichkeiten zum Trotz (Stichwort: Vermieterveto oder Sozialplanabfindungen).

Insolvenz

Der Versuch, mit immer neuen Filialen das Konzept zu retten, führte aber zu einer Beschleunigung des Untergangs, da nicht an den eigentlichen Ursachen, nämlich der Rohertragsschwäche sowie der Kostenentwicklung, angesetzt wurde. Als es zur Insolvenz kam, war jedenfalls das Marktumfeld so weit ausgedünnt, dass für einen Filialhändler unserer Struktur und Größenordnung zu wenig regionale Kaufinteressenten vorhanden waren. Viel von einem nicht guten Konzept ergibt in der Summe eben noch keinen Erfolg. Und so erlebte der Textilhändler in unserem Fall einen signifikanten Einschlag. Sowohl das Unternehmen als auch die privaten Liquiditätsreserven gingen verloren. Das Ergebnis war der schlechteste anzunehmende Verlauf, der – rechtzeitige kompetente Beratung vorausgesetzt – hätte verhindert werden können. Denn bei einem früheren Verkauf des ganzen Unternehmens oder rechtzeitigem Insolvenzantrag wäre zumindest das private Vermögen verschont geblieben. ●

MARKUS WOHLLEBER

Steuerberater in eigener Kanzlei an den Standorten
Haßfurt und Nürnberg



Blickwinkel erweitern

Mitglieder und Kunden | Die Digitalisierung verändert Geschäftsprozesse, Unternehmen, den Markt und damit auch die Zusammenarbeit von Steuerberatern und Mandanten sowie zwischen ihnen und DATEV.

Autorin: Kerstin Putschke

Derzeit wird DATEV von über 40.000 Genossenschaftsmitgliedern getragen. Das sind natürliche und juristische Personen, die im Genossenschaftsregister geführt werden: Einzelmitglieder, Sozietäten, große Wirtschaftsprüfungsgesellschaften, angestellte oder inaktive Berufsangehörige. Seit der Satzungsänderung 2005 können auch Sozietäten Mitglied werden. Gleich ob es sich um aktive oder inaktive Mitglieder handelt, hat diese Zahl mit den realen Kundenbeziehungen der DATEV nicht mehr viel gemein.

Die Mitgliederzahl wird in den nächsten Jahren aus demografischen Gründen kontinuierlich sinken. Beispielsweise führten die 2018 eingeholten Zustimmungen zur Auftragsverarbeitung im Rahmen der EU-DSGVO zu Kündigungen, die die DATEV-Genossen damit begründeten, ihre Mitgliedschaft sei nicht mehr aktiv. 60 Prozent derjenigen, die die Mitgliedschaft kündigten, waren 60 bis 89 Jahre alt. Über 45 Prozent der DATEV-Mitglieder sind 61 Jahre oder älter. Auch Konzentrationstendenzen in der Steuerberaterbranche wirken sich auf die Anzahl der Genossenschaftsmitglieder aus. Zunehmend arbeiten Steuerberater im Angestelltenverhältnis oder sind Syndikus-Berufsträger. Beide Gruppen werden nur selten DATEV-Mitglieder.

Entscheidend ist daher die Zahl der aktiven mit DATEV arbeitenden Kanzleien, die derzeit konstant bei etwa 37.000 liegt. Hinzu kommen immer mehr Mandanten, die von den aktiven Kanzleien mit DATEV-Software ausgestattet werden. Weitere werden über das mitgliedsgebundene Mandantengeschäft von DATEV beliefert und sind somit ebenfalls Kunden der Genossenschaft, allerdings induziert durch die Mitgliedskanzleien. So zählt DATEV aktuell 319.487 Kunden, die eine Geschäftsbeziehung mit der Genossenschaft haben. Im gleichen Zeitraum des vergangenen Jahres waren es noch 281.257. Um den Geschäftserfolg in einer zunehmend vernetzten Welt korrekt ab-

zubilden, nennt DATEV vor dem Hintergrund dieser Größenordnungen in der Berichterstattung künftig den Kunden, das heißt die aktiven Mitgliedskanzleien und alle Mandanten, sowohl im Leistungsverbund als auch im mitgliedsgebundenen Mandantengeschäft, die aktiv DATEV-Software nutzen, sowie Kunden im Direktgeschäft.

Die im Genossenschaftsregister hinterlegte Zahl der DATEV-Mitglieder wird selbstverständlich weiterhin berichtet, schließlich leitet sich aus dieser nach wie vor relevanten Größe ein wesentlicher Teil des Eigenkapitals ab.

„Wir sind und bleiben eine Genossenschaft der steuerberatenden Berufe, für deren Erfolg wir arbeiten“, so Vorstand Eckhard Schwarzer. „Das ist die Basis all dessen, was wir tun. Fast drei Viertel des Jahresumsatzes werden mit Lösungen für steuerliche Berater erzielt, etwa 50 Prozent des Umsatzwachstums entfallen auf diesen Bereich.“

Die Digitalisierung hat in der Zusammenarbeit zwischen Steuerberater und Mandant heute eine weitaus größere Bedeutung als noch vor wenigen Jahren. Daher steigt der Geschäftsbetrieb mit Mandanten stetig. Im vergangenen Jahr kamen monatlich 7.600 Unternehmen hinzu, die das digitale Belegbuch nutzen. Die Zahl der in der DATEV-Cloud gespeicherten Belege stieg 2018 um 244 Millionen auf 951 Millionen gegen Ende des Jahres an. Wenn betriebswirtschaftliche Prozesse medienbruchfrei digitalisiert werden sollen, nutzen auch mehr Mandanten DATEV-Produkte. Davon profitiert nicht nur die Genossenschaft, sondern auch die Mitglieder selbst und deren Mandanten – vor allem rund 2,5 Millionen kleine und mittelständische Unternehmen. ●

KERSTIN PUTSCHKE

Redaktion DATEV magazin

Gemeinsam voran

Unternehmenskultur | DATEV hat ein wirtschaftlich sportliches Jahr 2018 hingelegt und eine Verschnaufpause ist nicht in Sicht. Diese Leistung ist auch einer sich verändernden Unternehmenskultur mit dynamischen Prozessen und Methoden zu verdanken. Was bisher erreicht wurde und wohin der Weg noch führt, erklärt Julia Bangerth, Vorstandsmitglied unter anderem für Personal und Cross Solution Center.

Interview: Kerstin Putschke

DATEV magazin: Die Genossenschaft hat in der jüngsten Zeit einige Veränderungen auf vielen Ebenen erfahren, um sich zukunftsorientierter aufzustellen. Wie erleben Sie diese Dynamik?

Julia Bangerth: DATEV hat sich auf eine spannende Reise begeben. Ich erlebe Veränderungen auf vielen Ebenen, sei es bei Prozessen und Methoden, Neuerungen in der Organisation oder in der Unternehmenskultur. Ob gesetzliche Änderungen oder die Anforderungen der digitalen Transformation – für eine 53-jährige IT-Organisation wie DATEV gehört die dauernde Veränderungsfähigkeit zu den wichtigen, zukunftssichernden Fähigkeiten. Deshalb ist es wichtig, dass sich Menschen und Organisationen ständig weiterentwickeln. Die eigene Entwicklung, die einer Organisation oder eines Produkts ist ein ständiger Prozess des Prüfens, Adaptierens und Neudenkens. Die Veränderungsdynamik in der Softwarebranche hat inzwischen eine so hohe Geschwindigkeit erreicht, dass sie nicht mehr allein top-down gesteuert werden kann, sondern viele Ansätze und Impulse von den Mitarbeitenden ausgehen. Das heißt auch, dass Freiräume wichtig sind. Das zeigt sich auch an der Veränderungsbereitschaft und dem aktiven Gestaltungswillen vieler. Diejenigen, die direkt am Nerv des Unternehmens sitzen, bemerken zuerst, dass Dinge nicht mehr funktionieren oder Prozesse zu kompliziert sind. Ihnen einen Rahmen zu geben, in dem sie ihre Erfahrungen öffentlich machen und Veränderung bewirken können, ist mir ein wichtiges Anliegen. Und das passiert bereits an unterschiedlichen Stellen. Ein Beispiel sind die mittlerweile deutlich über 20 Communities of Practice – selbstinitiierte Netzwerke wie beispielsweise zum Thema Change and Transition, kurz CoPCaT, für einen verantwortungsebenen- und bereichsübergreifenden Austausch aller, die gemeinsam etwas bewegen wollen.

Eine wesentliche Veränderung in der Organisation ist das neue Cross Solution Center, kurz XSC. Wie ist diese Einheit aufgestellt und wie trägt sie zum Kulturwandel bei DATEV bei?

Das XSC ist ein interner, interdisziplinär arbeitender Dienstleister bei DATEV, der punktuell mehr Dynamik und Flexibilität in Projekte bringen soll. Damit ist das XSC natürlich nur ein

Beispiel von vielen, die man hier nennen könnte. Was das XSC so besonders macht, ist vielleicht die Konsequenz, mit der wir hier einen crossfunktionalen Ansatz leben. Die Teams erhalten vom ganzen Haus Arbeitspakete, die so zusammengestellt sind, dass sie innerhalb von drei Monaten umgesetzt werden können. Damit ist die Bandbreite der zu bearbeitenden Themen sehr groß. Als Erfolgsfaktoren sehe ich insbesondere die selbstorganisierte Arbeitsweise nach agilen Methoden und die crossfunktionale Zusammenstellung der Teams: Jedes der sieben- bis neunköpfigen Teams ist in den jeweils spezifischen Kompetenzen heterogen aufgestellt und deckt damit nahezu alle notwendigen Skills in der Softwareentwicklung ab. Dazu gehören zum Beispiel Mitarbeitende aus der Entwicklung, die sowohl im Front- als auch im Backend arbeiten können, sogenannte Fullstack-Developer. Es gibt auch Kompetenzen, die kein fester Bestandteil der Entwicklungsteams sind, weil sie nur punktuell benötigt werden, beispielsweise Know-how im Bereich Softwarearchitekturen, User-Experience-Design oder Security. Mit diesen Skills unterstützt das Support-Team die anderen Teams bei Bedarf. Ein Corporate Learning Coach befähigt die Einheit dazu, kontinuierlich neues Wissen rund um Entwicklungsthemen aufzubauen, und bildet die Schnittstelle zu unserer Weiterbildungsabteilung. Darüber hinaus unterstützt das Empowerment Team die Entwicklungseinheiten organisatorisch, indem es mögliche Hürden identifiziert und aus dem Weg räumt. Diese Arbeitsweise entfaltet eine starke Dynamik und wir können kurzfristiger und flexibler auf Anforderungen reagieren. Mit dem XSC schaffen wir gleichzeitig Raum zum Experimentieren und Lernen, um von den Erfahrungen auch in anderen Bereichen des Unternehmens zu profitieren – sowohl in Hinblick auf Recruiting- und Weiterbildungsprozesse als auch auf Raum- und Zusammenarbeitskonzepte sowie die Organisation selbst.

Sie haben eingangs von der hohen Veränderungsdynamik im Markt gesprochen. Was muss die Organisationskultur leisten, um diese Dynamik aus der Perspektive der Mitarbeiter und der Organisation zu bewältigen?

Wie jedes andere Unternehmen setzen natürlich auch wir bei DATEV uns intensiv mit dem Thema Organisationskultur aus-

einander. Unternehmenskultur lässt sich nicht einfach messen, berechnen oder objektivieren. Sie umfasst die positiven wie auch die negativen Erfahrungen, die im Hintergrund wirken, und prägt die Organisation und die Menschen auf verschiedenen Ebenen – von der Entscheidungsfindung über die Art und Weise zu führen und die kollegialen Beziehungen bis zum wechselseitigen Verhältnis zu geschäftlichen Verbindungen. Kultur lässt sich aber nicht einfach verordnen, sondern entwickelt sich langsam und wenig planbar. Es geht vor allem darum, die Veränderungsfähigkeit der Organisation gezielt zu fördern, insbesondere mit Blick auf unsere Mitglieder und Kunden, um so die besten Voraussetzungen für deren Erfolg und Wertschöpfung zu schaffen. Ein attraktiver Arbeitsplatz definiert sich nicht nur durch Gehalt oder Position. Er muss Flexibilität und Möglichkeiten zur Entfaltung sowie allen eine Erfahrung von Wirksamkeit bieten.

Wie erleben Sie die Unternehmenskultur in Bezug auf die aktuelle Veränderungsdynamik?

Kombinieren wir verschiedene Blickwinkel, werden wir innovativer, besser. Eine dieser Perspektiven ist durch die lange Erfolgsgeschichte der DATEV vorgegeben und findet sich natürlich auch in der Unternehmenskultur wieder. Die Verbundenheit der Mitarbeitenden mit dem Unternehmen ist außergewöhnlich hoch. Aber wir dürfen uns nicht auf dem Erfolg ausruhen: Auf Dauer erfolgreich ist nur, wer sich stetig weiterentwickelt. Um auch zukünftig erfolgreich und innovativ zu sein, braucht es eine transparente, wertschätzende und offene Kultur. Nur mit der richtigen kulturellen Basis können wir gemeinsam viel erreichen. Daher arbeiten wir bereichsübergreifend zusammen, sind veränderungsbereit und trauen uns, über den Tellerrand zu blicken und neue Wege zu gehen. Wir haben sicher noch einige Veränderungen zu stemmen, aber wir verfügen über eine großartige Basis und haben gemeinsam schon viel erreicht. Um nur zwei Beispiele aus dem vergangenen Jahr zu nennen: unsere Satzungsänderung und ein außergewöhnliches Geschäftsergebnis. Gleichzeitig müssen wir als Genossenschaft – extern sowie intern – am Ball bleiben. Die Digitalisierung ist eine Herausforderung, der

wir uns gemeinsam sportlich stellen. Und wie kann man die gemeinsam gestaltete Veränderung, Dynamik und Zukunftsorientierung besser symbolisieren als mit einmaligen, exklusiv für DATEV designten Sportschuhen? ●

KERSTIN PUTSCHKE

Redaktion DATEV magazin



UNSERE GESPRÄCHSPARTNERIN

JULIA BANGERTH

Mitglied des Vorstands der DATEV eG

Folgen Sie mir auf Twitter:
twitter.com/julia_bangerth



MEHR DAZU

Die DATEV-Laufschuhe sind nun auch im DATEV-Fanshop erhältlich – solange der Vorrat reicht. Überraschen Sie Ihre Mitarbeiter und Mandanten mit einem dynamischen Geschenk: www.datev.de/fanshop



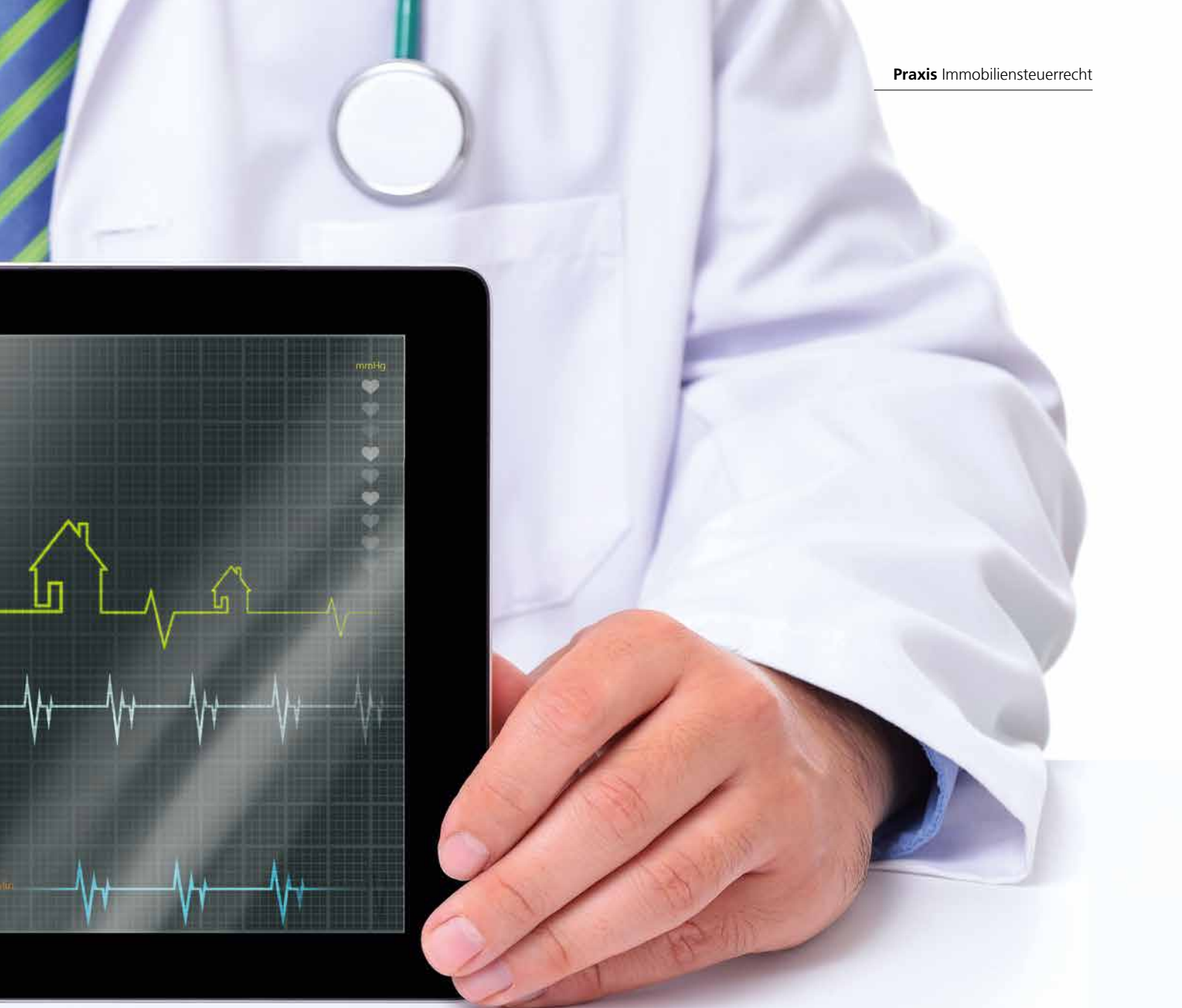
Heilen oder beerdigen?

Grundsteuer | Kaum eine Steuerart ist so umstritten wie die Grundsteuer, die der Bund nun reformieren will. Sehr viele Bürger jedoch halten dies für überflüssig und plädieren neben zahlreichen Experten dafür, diese Steuer abzuschaffen.

Autor: Hartmut E. Wipper

In vielen Rathäusern herrscht über das Urteil des Bundesverfassungsgerichts (BVerfG) vom 10. April 2018 helle Freude. Denn die seit dem 1. Januar 2002 als verfassungswidrig festgestellte Grundsteuer darf sogar auch noch „ausnahmsweise“ und „ungewöhnlich“ weitere Jahre festgesetzt und erhoben werden.

Aber: Das BVerfG hat lediglich Paragraphen des Bewertungsgesetzes geprüft (ab § 19), jedoch nicht einmal die gesetzlichen Vorschriften des Bewertungsrechts für den Bereich der Land- und Fortwirtschaft sowie den Bereich der neuen Bundesländer. Und schon gar nicht die gesetzlichen Vorschriften des Grund-



steuergesetzes. Dabei ist die Grundsteuer bereits seit Jahrzehnten eine sehr umstrittene Steuer. Streit besteht insbesondere auch darüber, ob die Grundsteuer abzuschaffen ist (siehe dazu Kommentare zum Grundsteuergesetz von Max Troll beziehungsweise Troll/Eisele, 7. Auflage von 1997 beziehungsweise 9. Auflage von 2006). Selbst der Wissenschaftliche Beirat beim Bundesfinanzministerium (BMF) hat in einem Gutachten schon den Ersatz der Grundsteuer in Erwägung gezogen (vgl. Heft 41 der Schriftenreihe des BMF von 02/1989, Seite 35 ff.). Der Beirat kommt darin auch zu dem Ergebnis, dass als Ersatz der Grundsteuer B auf Wohngebäude unter anderem eine höhere Beteiligung der Gemeinden an der Einkommensteuer in Betracht kommt. Im Zusammenhang mit der Einführung der Einkommensteuer hätte die Grundsteuer eigentlich schon

Die Grundsteuerfestsetzungen erfolgen zurzeit grundsätzlich willkürlich zur Deckung des Haushalts.

abgeschafft werden müssen. Nur über ihre Zuordnung in den Bereich der Äquivalenz ist dann doch noch eine Rechtfertigung für ihre Beibehaltung gefunden worden. Die Steuerreformkommission hat zu dieser Rechtfertigung in ihrem Gutachten von 1971 (Heft 17 der Schriftenreihe des BMF, S. 713 ff.) ausgeführt, dass die Grundsteuer weitgehend dem Äquivalenzgedanken entspricht, wobei natürlich im Einzelfall kein eindeutiges Verhältnis von Leistung und Gegenleistung besteht.

Äquivalenzaspekt

Der Wissenschaftliche Beirat der Steuerreformkommission musste sich aber eingestehen, dass der Wert der Grundstücke ein höchst unvollkommener Indikator für die Inanspruchnahme gemeindlicher Leistungen ist. Höchst un-

vollkommen bedeutet dann allerdings im Klartext: als Indikator ungeeignet. Auch Prof. Dr. Franz Jürgen Marx und Dorothea Eva Hartwig (DStZ 2015, Heft 18, Seite 703 ff.) führen aus, dass ein Einbezug der Gebäudewerte in die Grundsteuer äquivalenztheoretisch nicht zu rechtfertigen ist und dass ein Zusammenhang der gemeindlichen Leistungen mit dem Gesamtwert einer Immobilie einschließlich aufstehender Bauten insoweit nicht hergestellt werden kann. Folglich ist eine Bemessungsgrundlage auf der Basis der Grundstücks- beziehungsweise Einheitswerte nicht dazu in der Lage, den notwendigen Äquivalenzaspekt zu erfüllen. Denn ein Zusammenhang etwa zwischen den Kosten, die einer Gemeinde für die Straßenbeleuchtung entstehen, und dem Wert der Grundstücke ist absolut ausgeschlossen. Besonders gravierend ist die Situation in Niedersachsen im Zusammenhang mit Privatstraßen in den Orten (Verstoß gegen Art. 3 Abs. 1 Grundgesetz [GG]). Denn hier werden viele der Kosten, die eigentlich die Gemeinde zu tragen hätte, von den Anliegern selbst getragen. Eine Reduzierung der Einheitswerte und damit auch der Grundsteuer erfolgt jedoch nicht. Schließlich gibt es auch hier absolut keinen Zusammenhang zwischen den Kosten, die die Gemeinde eigentlich tragen müsste, und dem Wert der Grundstücke.

Objektsteuer

Da die Grundsteuer eine Objektsteuer ist, knüpft die Besteuerung ausschließlich an das Objekt an, also ohne dabei die persönlichen Verhältnisse des Eigentümers, etwa die Anzahl der Familienmitglieder oder seine Leistungsfähigkeit – daran knüpft die Personensteuer Einkommensteuer an –, zu berücksichtigen (siehe dazu den Beschluss des BVerfG vom 18.02.2009 – 1 BvR 1334/07). Die Grundsteuer lastet somit ausschließlich auf dem jeweiligen Objekt, und zwar unabhängig davon,

- wie viele Personen in dem Gebäude wohnen sowie
- ob und wie viele Personen kulturelle und/oder sportliche (Wahl-)Einrichtungen sowie schulische Einrichtungen in Anspruch nehmen.

Daraus ergibt sich, dass nur objektbezogene Leistungen der Gemeinden beziehungsweise Kommunen zu berücksichtigen sind, um die Festsetzung der Grundsteuer zu rechtfertigen; mithin also nur Leistungen, die durch die Grundstücke verursacht werden (siehe dazu das Urteil des Bundesfinanzhofs [BFH] vom 19.07.2006 [II R 81/05]), nicht hingegen personenbezogene Leistungen. Denn die stehen im Zusammenhang mit dem Anteil der Gemeinden an der Einkommensteuer, der mit Abstand größten Steuerquelle der Kommunen. Personenbezogene Leistungen betreffen insbesondere Wohngeldzahlungen, kulturelle und sportliche Einrichtungen, Schulen, Kindergärten, öffentliche Verwaltung sowie Polizei und Justiz. Daher rechtfertigen nur Kosten – und das sind nicht allzu viele –, die durch die Objekte verursacht werden, insoweit eine Festset-

zung der Grundsteuer, da nur sie als solche dem Bereich der Äquivalenz zugerechnet werden dürfen. Im Einzelnen handelt es sich weitgehend um folgende Kosten, die den Äquivalenzeffekt auslösen:

- Straßenreparaturkosten und Straßenverkehrssicherungskosten,
- Kosten des Straßenhaftungsrisikos für Schäden,
- Kosten für Brandschutz (aber Entschädigungen durch Versicherungen sind denkbar),
- Kosten der Gefahrenabwehr,
- Betriebskosten für die Straßenbeleuchtung,
- Wartungskosten für die Straßenbeleuchtung,
- Straßenentwässerungskosten,
- Kosten für zu pflegende Anlagen sowie
- Kosten für den Winterdienst.

Nicht dazu gehört selbstverständlich der Kern der objektbezogenen Leistungen, für die bereits gesonderte Bescheide erteilt beziehungsweise Rechnungen gestellt werden (Straßenausbaubeiträge, Erschließungsbeiträge, jährliche Konzessionsabgabe für Strom und Heizung, Straßenreinigungsgebühr, Schmutzwassergebühr, Regenwassergebühr, Müllabfuhrgebühr).

Festsetzung derzeit nicht gerechtfertigt

Um eine zulässige, also zu rechtfertigende Grundsteuerfestsetzung zu erreichen, sind bei der Prüfung der Sach- und Rechtslage folgende Fragen zu stellen:

- Verursachen die Grundstücke überhaupt objektbezogene Lasten (Kosten) für die Gemeinde?
- Wenn ja, in welcher Höhe?
- Besteht danach weitgehend ein dem Äquivalenzgedanken entsprechendes Verhältnis zwischen den objektbezogenen Lasten (Kosten) und der eigentlich festzusetzenden Grundsteuer?

Genau dies tun die Gemeinden aber eben grundsätzlich nicht. Damit entfällt hier von vornherein jegliche Rechtfertigung für die Festsetzung von Grundsteuern. Mit anderen Worten: Die Grundsteuerfestsetzungen erfolgen zurzeit grundsätzlich willkürlich (allgemein) zur Deckung des Haushalts (siehe dazu auch das Thüringer Modell). Das widerspricht aber ohne jeden Zweifel jeglichem Äquivalenzaspekt (Hebesatzmissbrauch). Derart erteilte Grundsteuerbescheide sind somit von vornherein gemäß § 125 Abs. 1 Abgabenordnung (AO) nichtig und damit gemäß § 124 Abs. 3 AO unwirksam. Des Weiteren erfolgt zurzeit die Festsetzung der Grundsteuer nach einer Bemessungsgrundlage auf Basis der Grundstücks- beziehungsweise Einheitswerte, die nicht dazu in der Lage ist, den notwendigen Äquivalenzaspekt zu erfüllen. Das heißt auch, dass das Bewertungsrecht überhaupt nicht dazu geeignet ist, Grundsteuerzwecken zu dienen. Die Festsetzung von Grundsteuern ist

auch von hierher seit langer Zeit schon unzulässig, das heißt erteilte Bescheide sind nichtig gemäß § 125 Abs. 1 AO und damit unwirksam gemäß § 124 Abs. 3 AO, weil hier eben eine Rechtfertigung entsprechend dem Äquivalenzgedanken nicht entstehen kann. Nachfolgend sei noch auf zwei besonders krasse Beispiele für eine willkürliche Bemessung der Grundsteuer hingewiesen.

Zuständigkeitsbereich der Finanzämter

Bei Überschreiten einer Wohnfläche von 220 m² in einem Einfamilienhaus wendet die Finanzverwaltung aufgrund Erlass statt des Ertragswertverfahrens das Sachwertverfahren an. Dies kann dann durchaus zu einer Verdoppelung der Einheitswerte führen. Einwände der Bürger, dass die Überschreitung durch die größere Anzahl der Familienmitglieder verursacht worden ist, werden seitens der Gerichte nicht anerkannt. Und zwar mit der Begründung, dass die Grundsteuer eine Objektsteuer sei. Da völlig ausgeschlossen ist, dass dasselbe Einfamilienhaus mit einer geringfügig größeren Wohnfläche als 220 m² (zum Beispiel 225 m²) fast doppelt so viele Kosten für die Gemeinde verursacht, liegt ein besonders eklatanter, in keiner Weise zu rechtfertigender Verstoß gegen den Äquivalenzaspekt vor. Denn als Folgewirkung kann sich die Grundsteuer in einem derartigen Fall (also bei nur 5 m² Wohnfläche mehr) eben durchaus verdoppeln.

Zuständigkeitsbereich der Gemeinden

In zwei Fällen wurde der Grundsteuerhebesatz von der Stadt Siegburg für 2015 von 460 Prozent auf 790 Prozent und von der Stadt Rüsselsheim von 400 Prozent auf 800 Prozent erhöht. Aber selbst diese sehr starken Erhöhungen wurden vom Verwaltungsgericht (VG) Köln (Urteile vom 29.09.2015 – 17 K 704/15, 17 K 706/15) sowie vom VG Darmstadt (Urteil vom 15.09.2015 – 4 K 1659/13), insbesondere mit dem Hinweis auf die defizitäre, laut der Stadt Rüsselsheim besorgniserregende Haushaltssituation der Beklagten, für rechtmäßig erachtet. Ein Nachweis für die notwendige Rechtfertigung der Festsetzung der Grundsteuern ist jedoch nicht erfolgt; schließlich müsste hierfür zumindest erst einmal eine drastische Erhöhung der objektbezogenen Kosten vorliegen. Die Grundsteuerbescheide der beiden Städte sind somit in besonders hohem Maße nicht zu rechtfertigen (offensichtlicher Verstoß gegen den Äquivalenzaspekt), also nichtig gemäß § 125 Abs. 1 AO und damit unwirksam gemäß § 124 Abs. 3 AO.

Rechtfertigungsversuche ohne Aussicht auf Erfolg

Die Festsetzung der Grundsteuer kann auch nicht damit gerechtfertigt werden, dass angeblich durch Leistungen der Gemeinden Wertsteigerungen für die Grundstücke der Bürger erfolgen. Denn dies würde bestätigen, dass die Grundsteuer

zurzeit schon als nicht zu rechtfertigende, unzulässige Sondervermögenssteuer zu beurteilen ist. Auch der Bund der Steuerzahler führt dazu in seiner Pressemitteilung vom 15. Januar 2019 aus, dass die Grundsteuer am Ende keine verkappte Vermögensbesteuerung sein darf und Wertsteigerungen weder Besitzer noch Mieter zum Leben zur Verfügung stehen. Daher würde sich nur bei einer Realisierung der eindeutig durch Leistungen der Gemeinden entstandenen Wertsteigerungen der Grundstücke die Frage nach einer teilweisen Rechtfertigung der Grundsteuer überhaupt stellen – sofern man die Unzulässigkeit einer Sondervermögenssteuer wegdenken würde. Des Weiteren beträfe diese fiktive Rechtfertigung auch nur die Grundstücke, bei denen irgendwann einmal eine Realisierung stattfinden würde. Wobei dann noch zu prüfen wäre, ob die Wertsteigerungen nicht nur inflationsbedingt sind beziehungsweise auf der Flucht der Bürger in Sachwerte beruhen, weil die Bürger kein Vertrauen mehr in das (staatliche) Papiergeld haben, oder durch Leistungen der Bürger selbst bedingt sind, etwa aufgrund kosten- und arbeitsintensiver Gärten. Abgesehen davon würde es in diesem Fall zu einer Doppelbesteuerung mit Grunderwerbsteuer und gegebenenfalls auch Einkommensteuer gemäß § 23 EStG kommen. Nebenbei bemerkt: Der Neubau eines Einfamilienhauses (Herstellungskosten rund 500.000 Euro) spült rund 80.000 Euro an Umsatzsteuer in die Staatskassen. Nach alledem kann darauf verzichtet werden, weitere Gründe anzuführen.

Fazit

Die Gemeinden mögen sich um einen Ausgleich für den Wegfall der Grundsteuer durch die Erhöhung ihres Anteils an der Umsatz- und/oder Einkommensteuer bemühen, wobei aber insbesondere Ausgabendisziplin seitens der Gemeinden zu fordern wäre. Eine etwaige, unbedingt bundeseinheitliche, gesetzliche beziehungsweise grundgesetzliche Neuregelung der Grundsteuer dürfte auf jeden Fall nur ohne Zwischenschaltung eines Einheitswerts- und Grundsteuermessbetragsverfahrens erfolgen (vgl. § 42 GrStG). Diese Grundsteuer wäre dann nur als eine Art pauschaler Kostenersatz anzusehen und würde auch wegen der relativ geringfügigen Belastungen für die Bürger dem Äquivalenzgedanken weitgehend Genüge tun. Um dieses Ziel zu erreichen, wäre allerdings eine Festlegung der Hebesätze unerlässlich, also auf Dauer in etwa Hebesätze wie aktuell in der Stadt Ingelheim am Rhein (80 Prozent). ●

HARTMUT E. WIPPER

Steuerberater in eigener Kanzlei in Sassenburg (Niedersachsen)

MEHR DAZU

Kompaktwissen für Berater „Die Grundsteuerreform 2019“, Art.-Nr. 35455



Betrug verhindern

Handel mit Drittstaaten | Mit neuen Aufzeichnungspflichten und Haftungsregeln will der Gesetzgeber verhindern, dass es beim Handel über Onlinemarktplätze weiterhin zu Umsatzsteuerausfällen kommt.

Autoren: Dr. Ingmar Dörr und Dr. Andreas Eggert

Am 1. Januar 2019 traten die umsatzsteuerlichen Vorschriften des Gesetzes zur Vermeidung von Umsatzsteuerausfällen beim Handel mit Waren im Internet und zur Änderung weiterer steuerlicher Vorschriften in Kraft. Die neuen Regeln für den Onlinehandel, die dem Gesetz seinen Namen geben, finden sich in den §§ 22f und 25e Umsatzsteuergesetz (UStG). Bereits am 28. Januar 2019 veröffentlichte dann das Bundesfinanzministerium (BMF) ein Anwendungsschreiben zu diesen neuen Regeln.

Elektronischer Marktplatz

Mit den neuen Vorschriften möchte der Gesetzgeber ein weites Netz auswerfen, das möglichst keine Lücken für eine Umsatzsteuerhinterziehung über Onlinemarktplätze haben soll. Dieser Ansatz zeigt sich bereits bei den Definitionen des elektronischen Marktplatzes. Gemäß § 25e Abs. 5 UStG ist ein elektronischer Marktplatz jede Website und jedes andere Instrument, mit dem Informationen über das Internet zur Verfügung gestellt werden,



die es einem Dritten, der nicht Betreiber des Marktplatzes ist, ermöglichen, Umsätze auszuführen. Diese Definition ist sehr weit und unbestimmt. Das BMF-Schreiben vom 28. Januar 2018 stellt jedoch klar, dass Websites, auf denen sich Nutzer lediglich über bestehende Angebote informieren und dann selbst mit dem Verkäufer in Kontakt treten können (ähnlich einem Schwarzen Brett), nicht unter die Regelung fallen.

Aufzeichnungspflichten

Die Aufzeichnungspflicht gemäß § 22f UStG greift immer, wenn auf dem Marktplatz Lieferungen rechtlich begründet werden, bei denen die Beförderung oder Versendung in Deutschland beginnt oder endet. Gemäß dem BMF-Schreiben vom 28. Januar 2019 greift die Aufzeichnungspflicht nur, wenn der Kaufvertrag mittels eines automatisierten Bestellvorgangs über den elektronischen Marktplatz zustande kommt. Auch wenn der Betreiber des Marktplatzes im Ausland ansässig ist, muss er die Aufzeichnungspflicht erfüllen. Die Betreiber müssen folgende Informationen aufzeichnen:

- den vollständigen Namen und die vollständige Anschrift des liefernden Unternehmers,
- die dem Liefernden von dem zuständigen Finanzamt erteilte Steuernummer und – soweit vorhanden – die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer,
- Beginn- und Enddatum einer zum Zeitpunkt der Lieferung des Unternehmers gültigen, auf längstens drei Jahre befristeten Bescheinigung über die steuerliche Erfassung des für den Liefernden zuständigen Finanzamts,
- den Ort des Beginns der Beförderung oder Versendung sowie den Bestimmungsort sowie
- den Zeitpunkt und die Höhe – gemeint ist wohl das Entgelt – des Umsatzes.

Hat sich der Liefernde auf dem Marktplatz nicht als Unternehmer registriert, muss keine Bescheinigung des Finanzamts vorliegen und statt der Steuernummer muss der Betreiber das Geburtsdatum des Liefernden aufzeichnen.

Praktische Probleme bei der Aufzeichnung

Die Aufzeichnungspflichten sind sehr weitgehend und in vielen Fällen praktisch kaum zu erfüllen. Unseres Erachtens ist aus Gründen der Verhältnismäßigkeit eine einschränkende Auslegung von § 22f UStG geboten, wonach die Aufzeichnungspflicht sich auf die Daten beschränkt, die der Betreiber entsprechend seinem Plattformmodell tatsächlich erheben kann. Es wäre unverhältnismäßig, wenn ein Verkäufer gegenüber dem Betreiber nach Durchführung der Lieferung umfas-

sende Selbstauskünfte abgeben müsste, und der Betreiber könnte solche Auskünfte auch kaum erzwingen.

Bescheinigung des Finanzamts

Kern der neuen Regelungen zum Onlinehandel ist eine Bescheinigung des Finanzamts über die steuerliche Erfassung des liefernden Unternehmers, die Teil der Aufzeichnungspflichten des Betreibers ist. Die Betreiber sollen diese Bescheinigung in Zukunft elektronisch abrufen können. Die technischen und rechtlichen Voraussetzungen für einen solchen Abruf liegen aber noch nicht vor und es könnte noch mehrere Jahre dauern, bis dieser möglich ist. Bis dahin müssen sich die Finanzämter beziehungsweise Unternehmen mit Papierbescheinigungen behelfen. Das BMF hat die Formulare für die

Bescheinigung und den Antrag kurz vor Weihnachten 2018 veröffentlicht. Die Finanzämter stellen jedem Unternehmer nur eine Papierbescheinigung aus, auch wenn dieser auf mehreren Marktplätzen tätig ist. Soweit erforderlich, kann der Unternehmer dem Betreiber eine elektronische Kopie der Bescheinigung zukommen lassen. Unternehmer, die in Deutschland keine steuerbaren Umsätze ausführen, müssen gemäß dem neuen BMF-Schreiben keine Finanzamtsbescheinigung vorlegen, sondern ihre

Soweit erforderlich, kann der Unternehmer dem Betreiber eine elektronische Kopie der Bescheinigung zukommen lassen.

steuerliche Erfassung auf andere Art nachweisen. Dies gilt etwa für Versandhändler aus anderen EU-Mitgliedstaaten, welche die Lieferschwelle nach § 3c Abs. 3 UStG nicht überschreiten. Diese sollen (soweit vorhanden) die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer ihres Ansässigkeitsstaates mitteilen.

Haftung und andere Sanktionen

Die Finanzämter haben verschiedene Sanktionsmöglichkeiten, wenn Betreiber ihre Aufzeichnungspflicht verletzen. Dazu gehören die Verhängung eines Bußgelds nach § 379 Abs. 1 Satz 1 Nr. 3 Abgabenordnung (AO) sowie die Festsetzung eines Zwangsgelds, wenn die jeweiligen Voraussetzungen erfüllt sind. Die praktisch größte Bedeutung wird aber die Haftung des Betreibers für die durch den Liefernden nicht entrichtete Umsatzsteuer haben, die in § 25e UStG geregelt ist. So wie die Aufzeichnungspflichten gemäß § 22f UStG ist auch diese Haftung sehr weitgehend. Nach dem Gesetzeswortlaut handelt es sich um eine reine Gefährdungshaftung, die immer greift, wenn der Liefernde die Umsatzsteuer nicht entrichtet. Auf ein Fehlverhalten des Betreibers kommt es nach dem Wortlaut nicht an. Besonders streng ist die Haftung, wenn der liefernde Unternehmer aus einem Drittstaat kommt, also einem Staat, der nicht zur EU oder zum Europäischen Wirtschaftsraum gehört. In diesem Fall kann das Finanzamt den Betreiber in Anspruch nehmen, ohne zuvor eine Vollstreckung gegen den Liefernden

zu versuchen. Die Haftung nach § 25e UStG gilt in Bezug auf Lieferungen von Verkäufern aus Drittstaaten ab 1. März 2019 und für alle anderen Verkäufer ab 1. Oktober 2019.

Ausschluss der Haftung

Der Betreiber haftet nicht, wenn er eine Bescheinigung des Finanzamts gemäß § 22f UStG vorlegt. Hat sich der Verkäufer in dem Marktplatz als Nichtunternehmer registriert, haftet der Betreiber nicht, wenn er seine Aufzeichnungspflichten erfüllt hat. Betreiber müssen unbedingt Steuerbescheinigungen zu allen Unternehmern vorliegen haben, die Waren mit Bezug zu Deutschland über ihren elektronischen Marktplatz verkaufen. Andernfalls gehen sie erhebliche Haftungsrisiken ein. Aus Sicht der Unternehmen ist der Zeitplan für die neuen Haftungsregeln problematisch. Mangels eines elektronischen Verfahrens zum Abruf der Bescheinigungen ist es für die Betreiber schwierig, die Bescheinigungen zu erfassen und deren Echtheit zu prüfen. Betreiber können unseres Erachtens nur bei vorwerfbarem Verhalten in Haftung genommen werden. Eine Haftung scheidet danach zum Beispiel aus, wenn der Betreiber nicht ohne Weiteres erkennen kann, dass eine Bescheinigung des Finanzamts gefälscht wurde. Im neuen BMF-Schreiben ist geregelt, dass der Betreiber des Marktplatzes bei begründeten Zweifeln an der Echtheit einer Bescheinigung beim zuständigen Finanzamt nachfragen muss. Unterlässt er dies, riskiert er die Haftung für Umsatzsteuern des Unternehmers.

Wiederaufleben der Haftung

Trotz Vorliegens einer Finanzamtsbescheinigung haftet der Betreiber, wenn er wusste oder nach der Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns hätte wissen müssen, dass der liefernde Unternehmer seinen steuerlichen Verpflichtungen nicht oder nicht voll nachkommt. Bei Verkäufern, die im Marktplatz als Nichtunternehmer registriert sind, haftet der Betreiber, wenn er wusste oder hätte wissen müssen, dass die Umsätze im Rahmen eines Unternehmens erbracht werden. Laut dem BMF-Schreiben gibt es keine bestimmte Umsatzhöhe, die für sich genommen zur Annahme einer unternehmerischen Tätigkeit führt. Das Überschreiten der Umsatzschwelle für Kleinunternehmer von 17.500 Euro pro Jahr ist jedoch ein deutliches Indiz dafür, dass eine Registrierung als Nichtunternehmer zu Unrecht erfolgte. Die Betreiber werden Kontrollsysteme einführen müssen, um das Verhalten der Verkäufer auf ihrer Plattform überwachen zu können. Nach dem neuen BMF-Schreiben muss ein Betreiber, der Anhaltspunkte für umsatzsteuerliche Pflichtverletzungen hat, den betroffenen Unternehmer darauf hinweisen und verlangen, diese innerhalb einer bestimmten Frist (längstens zwei Monate) abzustellen. Kommt der Unternehmer dieser Aufforderung bis zum Fristablauf nicht nach, muss der Betreiber den Ac-

count des Unternehmers sperren, um nicht für Umsatzsteuer des Unternehmers zu haften. Daneben lebt die Haftung des Betreibers potenziell wieder auf, wenn ihm das Finanzamt mitteilt, dass der liefernde Unternehmer seine steuerlichen Pflichten in wesentlichem Umfang nicht erfüllt. Der Betreiber muss dem Finanzamt dann nachweisen, dass dieser Unternehmer über seinen elektronischen Marktplatz keine Waren mehr anbieten kann. Es ist unklar, wie Verkäufer sich gegen eine solche Mitteilung des Finanzamts wehren können, die für sie existenzbedrohend sein kann.

Fazit und Ausblick

Die neuen Regelungen für elektronische Marktplätze dienen dem Ziel, Umsatzsteuerbetrug und dadurch hervorgerufene Wettbewerbsverzerrungen zu verhindern. Dafür belasten sie die Betreiber mit umfangreichen Aufzeichnungspflichten und setzen sie erheblichen Haftungsrisiken aus. Bei der Einrichtung entsprechender Kontrollsysteme sowie beim Umgang mit den zu erwartenden Sammelauskunftersuchen der Finanzbehörden sollten die Betreiber von elektronischen Marktplätzen steuerrechtlichen Rat einholen. Zudem kommen auf die Betreiber weitere Umstellungen zu. Bis zum 1. Januar 2021 müssen die EU-Mitgliedstaaten eine Richtlinie umsetzen, wonach die Betreiber bei bestimmten Lieferungen aus Drittstaaten so behandelt werden, als hätten sie die Ware selbst erworben und geliefert. ●

DR. INGMAR DÖRR

Rechtsanwalt und Steuerberater sowie Partner bei Hogan Lovells International LLP in München

DR. ANDREAS EGGERT

Rechtsanwalt und Steuerberater sowie Senior Associate bei Hogan Lovells International LLP in München

MEHR DAZU



Fachseminar „Chance Online-Handel“, **Art.-Nr. 73826**

Fachseminar „Online-Handel mit Amazon: Prozesse, Schnittstellen und Besonderheiten“, **Art.-Nr. 78103**

TeleTax Dialogseminar online „Onlinehändler in der Buchführungspraxis“, **Art.-Nr. 76556**

Mandanten-Info-Broschüre „Verkäufe über Online-Plattformen“, **Art.-Nr. 32178**

Fachbuch für Mandanten „Stolperfälle Online-Handel“, **Art.-Nr. 35152**



Neue gesetzliche Vorschriften und die hiermit einhergehende Rechtsprechung aus Erfurt oder Luxemburg – etwa zur Auslegung des Arbeitnehmerbegriffs, zur Brückenteilzeit, zu einer sachgrundlosen Befristung von Arbeitsverhältnissen sowie zum Urlaubsrecht oder zu einer Vererbbarkeit von Abgeltungsansprüchen – haben nicht alle Probleme in der arbeitsrechtlichen Praxis gelöst, sondern zum Teil sogar zu noch mehr Unsicherheiten geführt.

Auslegung des Arbeitnehmerbegriffs

Seit 1. April 2017 ist der § 611a des Bürgerlichen Gesetzbuchs (BGB) in Kraft. Die darin enthaltene Definition des Arbeitsvertrags soll als übergreifende Schutznorm verstanden werden. Sie dient der Umsetzung zweier europarechtlicher Richtlinien (76/207/EWG vom 09.02.1976 beziehungsweise 77/187/EWG vom 14.02.1977). Die Vorschrift dient zudem auch der Umset-

zung wiederholter Vorgaben des Europäischen Gerichtshofs (EuGH), der unter anderem fordert, dass der Arbeitnehmerbegriff autonom und einheitlich ausgelegt werden muss (Urteil vom 09.07.2015 bezüglich der GmbH-Geschäftsführer in der Zählweise des § 17 Kündigungsschutzgesetz [KSchG]). Der vom Gesetzgeber verwendete Text, der eigentlich das ausdrücken soll, was die Rechtsprechung zum Arbeitsverhältnis in den letzten Jahren entwickelt hat, lässt mächtig Spielraum. Im Erfurter Kommentar (ErfK) 2019 sind zur Kommentierung durch Preis immerhin 754 Randnummern nötig. Das heißt, dass zur Umsetzung der Richtlinien, also zur Angleichung der Rechtsvorschriften in den Mitgliedstaaten, wohl noch einige Eingriffe des EuGH erwartet werden dürfen. Zu dem Gebiet, dem gespannte Erwartung gebührt, gehört dabei § 5 Abs. 1 Satz 3 des Arbeitsgerichtsgesetzes (ArbGG). Die dortige Fiktion, die den (Fremd-)Geschäftsführer zum Nichtarbeitnehmer macht, ist durch die Entscheidung des EuGH vom 11. Novem-

ber 2010 (Danosa) bereits angesagt. Das Bundesarbeitsgericht (BAG) will die Sperre nur fallen lassen, nachdem der Geschäftsführer abberufen ist oder selbst niedergelegt hat (Urteil vom 03.12.2014, 10 AZB 98/14, bzw. vom 08.09.2015, 9 AZB 21/15). Die Forderung nach einer einheitlichen Auslegung des Arbeitnehmerbegriffs wird sich also fortsetzen.

Brückenzeit

Seit 1. Januar 2019 gilt die Regelung für die Brückenzeit als Ausweg aus der Teilzeitfalle. Diese soll darin bestanden haben, dass die Verwirklichung des Wunsches nach Teilzeit ein Weg ohne Umkehr gewesen sei. Auf die Rückkehr gab es keinen Anspruch. Die Lösung soll nun darin bestehen, dass der teilzeitwillige Arbeitnehmer schon in seinem Antrag die Zeit, für die er verkürzen will, festlegt. Sein Antrag muss Umfang und Zeitraum der Verringerung angeben. Er soll auch die gewünschte Verteilung der Arbeitszeit nennen. Die Inanspruchnahme einer zeitlich begrenzten Verringerung der Arbeitszeit ist aber an Voraussetzungen geknüpft:

- mindestens sechs Monate Bestand des Arbeitsverhältnisses,
- mindestens drei Monate Vorlauf
- Schwellenwert 45 für die Beschäftigtenzahl (allerdings nicht des Betriebs, sondern des Arbeitgebers).

Bei 45 bis 200 Arbeitnehmern kann der Arbeitgeber ablehnen, wenn er – gestaffelt nach Beschäftigtenzahl – schon vier (oder je nach Staffel des § 9a Teilzeitbefristungsgesetz [TzBfG]) Arbeitnehmer beschäftigt, die nach § 9a Abs. 1 TzBfG die befristete Verringerung in Anspruch genommen haben. Im Übrigen verweist wegen eventueller Ablehnung des Antrags das Gesetz auch auf § 8 Abs. 4 TzBfG. In der Praxis wird der Haken für den Arbeitnehmer darin bestehen, dass er ohne ein Auskunftsverlangen die Hürden des Schwellenwerts durch eigene Beobachtung nicht nehmen können.

Sachgrundlose Befristung

Seit Dezember 2000 sagt § 14 Abs. 2 Satz 2 TzBfG zudem, dass die sachgrundlose Vereinbarung einer befristeten Dauer des Arbeitsverhältnisses unzulässig ist, wenn bereits zuvor zwischen den Vertragsparteien ein Arbeitsverhältnis bestanden hat. Die Regelung des „bereits zuvor“ gab und gibt erhebliche Unsicherheiten, weil eine effektive Kontrolle über ein eventuell früheres – vielleicht auch durch Namenswechsel nicht mehr feststellbares – Vertragsverhältnis bestanden haben könnte. Weil trotz lebhafter Diskussion der fehlenden Praktikabilität dieser Vorschrift der Gesetzgeber keine Notwendigkeit zu einer Korrektur sah, hat das BAG mit Urteil vom 6. April 2011 (7 AZR 716/09) einen mutigen Schritt getan und das Gesetz im Wege

der Auslegung dahingehend einzuschränken versucht, dass die Formulierung „bereits zuvor“ auf drei Jahre zu beschränken sei. Eine Prüfung dieser Auffassung durch das Bundesverfassungsgericht (BVerfG) führte dazu, dass dem BAG vorgehalten wurde, es habe die Grenzen vertretbarer Auslegung gesetzlicher Vorgaben überschritten, denn der Gesetzgeber habe eine solche Karenzzeit erkennbar nicht regeln wollen (BVerfG, Urteil vom 06.06.2018). Aber nach Ansicht des BVerfG können und dürfen die Fachgerichte durch eine verfassungskonforme Auslegung den Anwendungsbereich des § 14 Abs. 2 Satz 2

TzBfG wohl einschränken. Dies, soweit das Verbot einer sachgrundlosen Befristung unzumutbar ist, weil eine Gefahr der Kettenbefristung in Ausnutzung der strukturellen Unterlegenheit der Beschäftigten nicht bestehe und das Verbot der sachgrundlosen Befristung nicht erforderlich sei, um das unbefristete Arbeitsverhältnis als Regelbeschäftigungsform zu erhalten. Das sei etwa der Fall, wenn die Vorbeschäftigung sehr lange zurückliegt (hier: acht Jahre) und

ganz anders geartet war oder von sehr kurzer Dauer gewesen ist. Das BAG hat diese Hinweise nunmehr mit Urteil vom 23. Januar 2019 umgesetzt (7 AZR 733/16) und gleichzeitig eine Meinung des Landesarbeitsgerichts (LAG) Düsseldorf (Urteil vom 10.10.2018) bekräftigt. Was geschieht in Fällen, in denen ein Arbeitsverhältnis im Vertrauen auf die Entscheidung vom 6. April 2011 begründet wurde, mit Arbeitnehmern, die bereits zuvor nur ein wenig mehr als drei Jahre beschäftigt waren? Die Antwort des BAG darauf ist für den Rechtsanwender sehr trostreich: Bei Abschluss des Vertrags mit dem Arbeitnehmer musste man jedenfalls die Möglichkeit in Betracht ziehen, dass die vom BAG vorgenommene verfassungskonforme Auslegung der Norm vor dem BVerfG keinen Bestand haben könnte. Also kein Vertrauen in die Rechtsprechung!

Urlaubsansprüche

Um zu veranschaulichen, welche Wandlung die deutsche Rechtsprechung durch die vom EuGH vorgegebenen Vorstellungen von Sinn und Zweck des Urlaubs erlebt hat, lohnt sich ein Rückblick. Am 22. Juni 1956 hatte das BAG entschieden: „Verlangt ein Arbeitnehmer, dem aus sozialen Rücksichten trotz langer Erkrankung vom Arbeitgeber nicht gekündigt worden ist, für ein Urlaubsjahr mehr Urlaubstage vergütet, als er in diesem Urlaubsjahr überhaupt gearbeitet hat, so ist sein Begehren wegen Rechtsmissbrauchs nicht begründet.“ Am 27. September 1962 hatte sich an dieser Meinung nichts geändert. Der 5. Senat entschied: „Die Geltendmachung eines Urlaubsabgeltungsanspruchs kann ganz oder teilweise rechtsmissbräuchlich sein, wenn der Arbeitnehmer im Urlaubsjahr in kaum nennenswertem Umfang gearbeitet hat.“ Zusammengefasst heißt dies: ohne Arbeit kein Urlaub. Eine grundlegende

Die Forderung nach einer einheitlichen Auslegung des Arbeitnehmerbegriffs wird sich also fortsetzen.

Änderung der BAG-Rechtsprechung wurde erst durch die Entscheidung des EuGH vom 20. Oktober 2009 (Schultz-Hoff) herbeigeführt. Artikel 7 Abs. 2 RL 2013/88/EG ist dahingehend auszulegen, dass er einzelstaatlichen Rechtsvorschriften entgegenstehe, nach denen für nicht genommenen Jahresurlaub am Ende des Arbeitsverhältnisses keine finanzielle Vergütung gezahlt werde, wenn der Arbeitnehmer während des ganzen Bezugszeitraums und/oder Übertragungszeitraums teilweise oder umfassend krank gewesen sei und deshalb seinen Anspruch auf bezahlten Urlaub nicht habe ausüben können. Der Kern der Entscheidung stellt klar:

1. Jahresurlaub ist ein besonders bedeutsamer Grundsatz des Sozialrechts in der Europäischen Union (EU).
2. Der Urlaubsanspruch ist nicht von einer tatsächlichen Arbeitsleistung abhängig.

Für die Anwendung des § 7 Abs. 3 Bundesurlaubsgesetz (BUrlG) bringt das Probleme. Zum einen geht es um die Übertragung nicht realisierter Ansprüche aus dem Urlaubsjahr in das Folgejahr. Sodann geht es um die Fragen der Befristung des Übertragungszeitraums, zum einen im bestehenden Arbeitsverhältnis (Gewährung oder Übergang in einen Ersatzurlaub), zum anderen im endenden Arbeitsverhältnis, hier die Abgeltung betreffend, und dies wiederum mit den Varianten einer Vererbbarkeit. Das BAG hat die Konsequenzen aus der Schultz-Hoff-Entscheidung mit Urteil vom 16. Oktober 2012 (9 AZR 63/11) gezogen: Der gesetzliche Urlaubsanspruch erlischt aufgrund unionsrechtskonformer Auslegung des § 7 Abs. 3 BUrlG nicht, wenn der Arbeitnehmer bis zum Ende des Urlaubsjahrs und/oder eines Übertragungszeitraums von drei Monaten nach diesem Zeitpunkt krank und deshalb arbeitsunfähig ist. Der Anspruch geht jedoch bei Fortbestehen der Arbeitsunfähigkeit nach Ablauf eines Übertragungszeitraums von 15 Monaten nach dem Ende des Urlaubsjahrs unter. Damit ist zunächst der Krankheitsfall geklärt. Wie aber ist in Fällen zu verfahren, in denen der Arbeitnehmer im Urlaubsjahr seine Ansprüche nicht vollständig einbringt, obwohl ihn Krankheit nicht gehindert hat, und was gilt für den Fall der Übertragung? Mehrere LAG haben hierzu die Auffassung vertreten, dass der Arbeitgeber verpflichtet sei, den Urlaub anzuordnen, also den Arbeitnehmer – und sei es aus Gründen der Fürsorge für seine Gesundheit – in Urlaub zu schicken (LAG Berlin-Brandenburg vom 12.06.2014 – 21 Sa 221/14; LAG Hamm, Vorlagebeschluss 14.02.2013 – 16 Sa 1511/12). Der EuGH hat mit Urteil vom 6. November 2018 (C-684/16) entschieden, dass bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses laut der Richtlinie ein Resturlaub übrig bleibt. Die Richtlinie fordert aber nicht, dass der Arbeitnehmer einen Antrag gestellt haben muss. Das BAG hat seinerseits mit Urteil vom 19. Februar 2019 (2 AZR 541/15) der Auffassung, dass der Arbeitgeber zuweisen müsse, eine Absage erteilt, jedoch für den Arbeitgeber Obliegenheiten formuliert. Wenn der Arbeitgeber sehe, dass der Urlaub im Kalenderjahr nicht vollständig eingebracht wer-

de und/oder wegen Ablaufs der Übertragungsfrist ein Verfall drohe, habe er zu belehren. Zwar werde der Arbeitgeber durch die Vorschrift nicht gezwungen, dem Arbeitnehmer von sich aus Urlaub zu gewähren; allerdings obliege ihm unter Beachtung von Art. 7 Abs. 1 der Arbeitszeitrichtlinie die Initiativlast für die Verwirklichung des Urlaubsanspruchs. Bei einer richtlinienkonformen Auslegung des § 7 BUrlG könne der Verfall von Urlaub nur eintreten, wenn der Arbeitgeber den Arbeitnehmer zuvor konkret aufgefordert habe, den Urlaub zu nehmen, und er ihn klar und rechtzeitig darauf hingewiesen habe, dass der Urlaub andernfalls mit Ablauf des Urlaubsjahrs oder des Übertragungszeitraums erlischt. Es gebe also zusätzliche Arbeit für den Arbeitgeber aufgrund der Pflicht, die Realisierung von Urlaubsansprüchen zu überwachen.

Vererbbarkeit eines Abgeltungsanspruchs

Bislang hatte das BAG unterschieden: Bei Ausscheiden zu Lebzeiten ist der mit dem Ausscheiden entstehende Anspruch im Fall des Todes des Arbeitnehmers nach dem Ausscheiden vererbbar (Urteil vom 22.09.2015, 9 AZR 170/14). Stirbt der Arbeitnehmer aber vor Beendigung des Arbeitsverhältnisses, so könne ein Urlaubsabgeltungsanspruch nicht mehr vererbt werden (Urteil vom 12.03.2013, 9 AZR 532/11). Hier gibt es seit dem 22. Januar 2019 eine Umkehr der Rechtsprechung, weil der Urlaubsabgeltungsanspruch bei einer richtlinienkonformen Auslegung von §§ 1, 7 Abs. 4 BUrlG einen Bestandteil des Vermögens des Arbeitnehmers darstelle und damit zur Erbmasse gehöre. Dies gelte jedenfalls für den gesetzlichen Mindestanspruch. Der „besonders bedeutsame Grundsatz des Sozialrechts der Union macht den Urlaubsanspruch – oder den Abgeltungsanspruch – zum Bestandteil des Vermögens des Arbeitnehmers“. ●

ULRICH ZIRNBAUER

Rechtsanwalt und Fachanwalt für Arbeitsrecht in Nürnberg

MEHR DAZU

Fachseminar „Teilzeit, Befristung und Kündigung – Arbeitsrecht für die DATEV-Lohnabrechnung“,
Art.-Nr. 78003

TeleTax Dialogseminar online „Brückenteilzeit und aktuelle Entwicklungen im Befristungsrecht“, **Art.-Nr. 76581**

TeleTax Dialogseminar online „Erholungsurlaub, Entgeltfortzahlung bei Krankheit und Feiertag und Ausschlussfristen“, **Art.-Nr. 76526**

Elektronisches Wissen Personalmanagement,
Art.-Nr. 65632

Lesen Sie zur Vererbbarkeit von Abgeltungsansprüchen auch den Artikel „Verfall oder Abgeltung“ von Dr. Michael Au im DATEV magazin 09/2018, Seite 23





Flexibel mit starren Regeln umgehen

Arbeitszeitgestaltung | Flexible Arbeitsmodelle in der Bürowelt sind en vogue. Mehr Selbstbestimmtheit freut den Arbeitnehmer, effiziente und loyale Mitarbeiter freuen den Chef. Doch es gibt Schattenseiten.

Autor: Carsten Fleckenstein

Fotos: Yeorusherg, Anthony Paz - Photographer, A.Hatmaker, Tokle, billroll, skodonnell, DNY59, AleksandarNakic, monticello, -slav-, Westend61 / Getty Images

Flexible Arbeit ist facettenreich: Sie ist Verlagerung unternehmerischen Risikos durch Outsourcing oder orts- und zeitunabhängiges Arbeiten der Angestellten. Je nachdem, ob man Unternehmer oder Mitarbeiter ist, richtet sich die Perspektive aus. Flexibles Arbeiten sehen Angestellte als freie Zeiteinteilung, Ruhe am heimischen Arbeitsplatz und Befreiung von der Wegstrecke ins Büro. Firmenchefs blicken auf flexible Auftrags erledigung sowie zufriedene Angestellte und bieten bei der Personalsuche Vereinbarkeit von Beruf und Familie. So wird immer seltener nach althergebrachtem Standard gearbeitet. Götterdämmerung für den Nine-to-five-Job? In manchen Branchen sicherlich. Doch flexibles Arbeiten muss geregelt sein, damit es erfolgreich ist.

Von kürzeren Arbeitszeiten und langen Auszeiten

„Über Flexibilität in der Arbeitswelt spricht man schon seit circa 30 Jahren“, sagt Prof. Dr. Ulrike Hellert. Die Direktorin des Instituts für Arbeit & Personal – iap – an der FOM Hochschule in Nürnberg erforscht flexible Arbeitsmodelle. Während der Entwicklung der flexiblen Arbeitsgestaltung lag im letzten Jahrhundert der Fokus auf der Arbeitszeit, zunächst mit dem Ziel, diese zu verkürzen. Mehr Urlaubstage und verkürzte Wochenarbeitszeit waren das Ergebnis. Wer kennt nicht noch den Slogan „Samstags gehört Vati mir“, der im Kampf um kürzere Arbeitszeiten vom Gewerkschaftsbund 1956 proklamiert wurde? Seitdem haben sich unterschiedlichste Varianten flexibler Arbeitszeitmodelle herausgebildet, die in Arbeitszeitgesetzen, Arbeits- und Tarifverträgen sowie Betriebsvereinbarungen gemündet sind: von Schichtarbeit, Kurzarbeit, Teil-, Gleit- und Vertrauensarbeitszeit bis zu Jobsharing und Sabbatical oder – seit diesem Jahr ganz neu – Brückenteilzeit. Mit diesem im Teilzeit- und Befristungsgesetz festgelegten Modell haben Arbeitnehmer nun die Möglichkeit, ihre Arbeitszeit für einen bestimmten Zeitraum zu verkürzen.

Flexibel nicht nur in der Zeit

Der Grund für die Zunahme flexibler Arbeitszeitmodelle liege in den Strömungen Globalisierung, demografische Entwicklung, Wertewandel und Digitalisierung, schreibt die Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin (BAuA) in ihrer Broschüre „Flexible Arbeitszeitmodelle“.

Besonders die digitale Transformation schafft neue flexible Arbeitsformen, die nicht mehr nur auf Zeit basieren. So seien Gleit- oder Teilzeit fast schon wieder Old School und neue flexible Modelle gehörten zum Must-have eines Arbeitgebers, sagt Prof. Dr. Ulrike Hellert. „Wenn man sieht,

dass Großunternehmen eine große Palette an flexibler Arbeit ermöglichen, möchten natürlich andere Unternehmen, stets um gute Fachkräfte bemüht, mitgehen“, so die Institutsdirektorin. Bindung, Rekrutierung und Reputation seien für Arbeitgeber wichtig. Ein Kulturwandel zeichne sich ab, nimmt Prof. Dr. Ulrike Hellert wahr. Grundsätzlich hat sie bei flexibler Arbeit zwei Kategorien im Fokus: die Zeit und – immer bedeutender werdend – den Ort. Interessant wird es durch die Kombination. „Wenn man sich das als Matrix vorstellt, kann man dank der modernen Technik zeitunabhängig an unterschiedlichen Plätzen arbeiten, also im Homeoffice, unterwegs im Zug, in einem gemieteten Projektbüro oder beim Kunden – alles zu verschiedensten Zeiten“, sagt sie. Die Digitalisierung macht es möglich: mobile Endgeräte, Konferenzenanwendungen, Video- und Audiokommunikation oder sogenannte Coworking Spaces – das ist New Work. Dass nicht jede Branche gleich flexibel sein kann, versteht sich von selbst. Im Handwerk zum Beispiel gebe es nicht oft die große Möglichkeit, sich den Arbeitsort selbst auszusuchen. So sei hauptsächlich die Büroarbeit von dem Wandel durchdrungen. „In allen Bereichen, wo es um Verwaltung, Wissensarbeit, Computerarbeit geht, gibt es natürlich mehr

Flexibilität, sowohl auf der zeitlichen als auch auf der örtlichen Ebene“, sagt Prof. Dr. Ulrike Hellert.

Besonders die digitale Transformation schafft neue flexible Arbeitsformen, die nicht mehr nur auf Zeit basieren.

Attraktive Kanzlei dank flexibler Arbeit

So muss sich auch die Branche des steuerberatenden Berufsstands beim Arbeiten nicht auf rein zeitliche Flexibilität beschränken. Dass durch die digitale Technik besonders ortsunabhängiges Arbeiten zunimmt, bringt in Kombination mit zeitflexiblen Modellen neue Kraft in alte Argumente: So verbessern sich Wettbewerbsfähigkeit und Arbeitsmotivation der Angestellten. Gleichzeitig lindert dies auch den Fachkräftemangel. Fachkräfte schätzen Autonomie. Sie legen Wert auf eine harmonische Work-Life-Balance, was zu stärkerer Mitarbeiterbindung führt.

Für Kanzleien ist das nicht ganz unerheblich, wenn es darum geht, eine Stelle adäquat nachzubestellen. Hier bietet sich die Chance, mit flexiblen Arbeitsmodellen die Attraktivität der Kanzlei zu steigern. Für die Kanzleihinhaber der Steuerberatungsgesellschaft Hampel + Marka ist flexibles Arbeiten eine Selbstverständlichkeit. Als Steuerberater Armin Hampel die Kanzlei 2006 übernahm, war zeitflexibles Arbeiten schon gelebte Praxis. „Das habe ich fortgeführt, um im Sinne meines Führungsstils den Arbeitnehmern größtmögliche Freiheit zu geben.“ Dieses freizügige Arbeiten wurde nicht nur von den Mitarbeitern geschätzt. Die Bertelsmann Stiftung würdigte die Kanzlei und verlieh ihr das Qualitätssiegel „Familienfreundlicher Arbeitgeber“.

Vertraglich bietet Armin Hampel die klassischen Teilzeitmodelle. Besonders für Mitarbeiterinnen, die nach der Elternzeit wieder einsteigen, aber nicht mehr in Vollzeit arbeiten möchten, sind von acht bis 20 Stunden alle Größenordnungen möglich. Daneben werden Arbeitszeitkonten geführt, um Überstundenaufbau zu ermöglichen. „Das kommt zum Beispiel den Angestellten zugute, die Zeit benötigen, um sich auf die Steuerberaterprüfung vorzubereiten“, wie er sagt. Und nicht zuletzt gibt es Telearbeit. Wobei Armin Hampel wichtig ist, dass die Mitarbeiter nicht ausschließlich ortsunabhängig arbeiten. Denn dann litten der Informationsfluss und der Kontakt zur Kanzlei. Dennoch ist ihm ortsungebundenes Arbeiten generell wichtig, besonders, wenn Mitarbeiter flexibel arbeiten wollen. So könne er einer Mitarbeiterin kurzfristig frei geben und sie guten Gewissens zu ihrer Zeit und an ihrem Ort dennoch etwas arbeiten. „Dadurch, dass Unterlagen in der Kanzlei überwiegend digital bereitstehen, ist das machbar“, sagt Armin Hampel.

Wo Licht ist ...

In zahlreichen Studien wird flexible Arbeit also mit guten Zensuren bewertet. Das zeigt auch die Erfahrung aus der Praxis. Dennoch haben die Freiheiten auch Schattenseiten. Es stimmt zwar, dass Arbeitnehmer Beruf und Familie besser vereinbaren können. Doch oft gehe das auf Kosten ihrer freien Zeit, wie eine Untersuchung der Hans-Böckler-Stiftung ergab. Demnach führen flexible Modelle durchaus zu mehr Überstunden. Verwunderlich ist das nicht, bedenkt man, dass Unternehmen nicht nur Flexibilität bieten, sondern auch fordern. „Arbeitgeber verlangen von Mitarbeitern, dass sie Aufträge rechtzeitig erledigen, auch wenn zwischendurch Störungen auftreten“, gibt Prof. Dr. Ulrike Hellert zu bedenken.

Die Flexibilisierung bringt den Angestellten also nicht nur mehr Selbstbestimmtheit. Auch Fremdbestimmung durch die betrieblichen Flexibilisierungsanforderungen seitens des Arbeitgebers ist möglich. Eine Analyse des verarbeitenden Gewerbes auf Basis der IG-Metall-Beschäftigtenbefragung 2017 brachte das zutage. Das begrenze „Entscheidungsspielräume und schafft Zwänge im Hinblick auf die tatsächliche Länge und Lage der Arbeitszeiten“, lautet ein Ergebnis der Befragung. Steuern Führungskräfte nicht dagegen, werde das zu Lasten aller gehen: der psychischen Konstitution des Mitarbeiters, der Arbeitsqualität und letztlich des Arbeitgebers, warnt Prof. Dr. Ulrike Hellert. „Wenn Führungskräften das Bewusstsein fehlt, dass die Ziele nicht zu der zur Verfügung stehenden Zeit und die Arbeitsweisen nicht zu den Kompetenzen der Mitarbeiter passen, dann hilft alle Flexibilität nichts. Und deswegen wird es nach wie vor immer wieder verhandelt werden. Es sollten Spielregeln aufgestellt werden.“

Gesetze aufweichen oder verhärten

Ob die großen Spielregeln, also der jetzige gesetzliche Rahmen, passen, wie zum Beispiel zur Mindestruhezeit nach § 5 Abs. 1 ArbZG oder zur Aufzeichnungspflicht nach § 16 Abs. 2 ArbZG, sei schwer zu beantworten, meint Armin Hampel. Es zeichne sich ein Widerspruch ab: „Wir sind auf dem Weg, Mitarbeitern mehr Eigenverantwortung zu gewähren. Wenn ich ein anderes Gesetz habe, das mehr Kontrolle verlangt, auch wenn es zum Schutz des Mitarbeiters gedacht ist, schränke ich damit die Selbstbestimmtheit wieder ein.“ Eine berechtigte Aussage, besonders aufgrund der jüngst entstandenen Diskussion um das Urteil des Europäischen Gerichtshofs (EuGH), wonach Arbeitgeber künftig die gesamte Arbeitszeit der Beschäftigten systematisch erfassen sollen. Arbeitszeitgesetze weiter aufzuweichen, wie es Industrie, Handel oder Handwerk immer wieder fordern, sei auch keine Lösung, auch wenn es aus eigener Unternehmersicht verlockend sei. Doch das würde womöglich von den falschen Stellen zum Nachteil des Mitarbeiters ausgenutzt. „Die zwangsläufige Fürsorgepflicht, die man als Arbeitgeber hat, sollte man beibehalten. Grundsätzlich ist es gut, dass es eine gesetzliche Regelung und Kontrolle durch den Gesetzgeber gibt“, erklärt Armin Hampel. Ziel muss es sein, Gesetze an das digitale Zeitalter und damit mobiles Arbeiten anzupassen und nicht umgekehrt.

Flexibel bleiben

Letztlich ist das große Plus an einem flexiblen Arbeitssystem dann gegeben, wenn beide Seiten davon profitieren – Arbeitgeber und Arbeitnehmer. Arbeitgeber sind flexibler in ihrer Auftragsgestaltung sowie im Mitarbeiterereinsatz und erhalten so zufriedene und leistungsfähige Mitarbeiter. Diese sind autonomer und selbstbestimmter in ihrem Handeln und bleiben leistungsfähig, wenn die Rahmenbedingungen eingehalten werden. Die technischen Gegebenheiten der Digitalisierung bieten mehr denn je die Möglichkeit des zeit- und ortsunabhängigen Arbeitens. Und bei aller Diskussion über flexible Arbeitsmodelle sollte man die Möglichkeiten individuell ausloten, in der Anwendung gesetzeskonform sowie partnerschaftlich bleiben und vor allem eines: flexibel sein. ●

CARSTEN FLECKENSTEIN

Redaktion DATEV magazin

MEHR DAZU

DATEV-Consulting unterstützt Sie gern bei Personal- und Führungsthemen.

Weitere Infos unter www.datev.de/consulting oder telefonisch unter 0800 3283825



Ausgezeichnete Zukunft

Label Digitale DATEV-Kanzlei | Kaffeetrinker kennen es, Autofahrer fürchten es und Verbraucher lieben es: ein Siegel, das ihnen Auskunft über die Eigenschaften der Produkte gibt, die sie gerne nutzen. Mit dem Label Digitale DATEV-Kanzlei vergibt jetzt auch die Genossenschaft eine Auszeichnung an Mitglieder, die die Ziele und Visionen der Genossenschaft in besonderer Weise voranbringen und ihren Mandanten damit vor allem zeigen, dass sie in Sachen Digitalisierung auf der Höhe der Zeit sind.

Autor: Dietmar Zeilinger

Auf dem ersten Regional-Info-Tag am 28. Februar 2019 in München überreichten Prof. Dr. Peter Krug, DATEV-Vorstand, und Stefan Meisel, Leiter des Außendienstes, das Label erstmals an neun der anwesenden Kanzleien. Inzwischen führen über 300 Kanzleien die Auszeichnung „Digitale

DATEV-Kanzlei“ und positionieren sich so als Digitalisierungsvorreiter bei potenziellen Mandanten und Mitarbeitern. Stefan Meisel zufolge ist es entscheidend, welche Zukunftsperspektive die Inhaber für ihre Kanzleien sehen. Schließlich sei es auch legitim, den Weg der Digitalisierung nicht zu

gehen, „denn Steuerberaterinnen und Steuerberater sind Freiberufler und als Selbständige selbst für ihr Schicksal verantwortlich“. Ein solches Vorgehen hätte natürlich Konsequenzen: Die Entwicklung einer Kanzlei würde stagnieren, weil sich auch Mandanten weiterentwickelten und entsprechende Anforderungen an ihre Steuerberater formulierten. „Das wird dazu führen, dass Mandate abwandern und das Volumen in der Kanzlei zurückgeht. So weit, dass man die Kanzlei zurückbauen muss“, erklärt Meisel weiter. Dabei sei es wichtig, seine Altersversorgung nicht zu vernachlässigen, „denn eines wissen wir sicher: Kanzleien, die bei der Digitalisierung nicht mitgehen, verlieren an Marktwert.“

Die Steuerberaterin Margot Liedl von der AWI Treuhand war eine der neun Ausgezeichneten in München und bestätigt die Analyse von Stefan Meisel: „Wenn ich die Kanzlei digitalisiere, dann stärke ich auch ihre Marktposition“, antwortet sie auf die Frage, was ihre Kanzlei bei der Digitalisierung antreibe. Ihr bedeute die Auszeichnung jedenfalls sehr viel: „Zeigt es uns doch, dass wir den richtigen Weg eingeschlagen haben. Wir sind sehr stolz und werden die Auszeichnung in Ehren halten.“

Der Weg zum Label

Die Verleihung in München war eine einmalige Aktion, das Label Digitale DATEV-Kanzlei kann aber grundsätzlich jede Kanzlei tragen, die die definierten Kriterien erfüllt. Für das laufende Jahr lauten die Parameter für den Bereich Rechnungswesen: Digitalisierungsquote insgesamt mindestens 60 Prozent, Digitalisierungsquote Bank mindestens 70 Prozent und Anteil Mandanten mit digitalen Belegen mindestens 30 Prozent. Im Bereich Personalwirtschaft sehen die Kennzahlen so aus: Anzahl Abrechnungen pro Stunde mindestens fünf, Digitalisierungsquote Bewegungsdaten mindestens zehn Prozent.

Diese Kennzahlen kommen aus dem DATEV Digitalisierungs-Cockpit, einem kostenlosen Tool, das sich ohne großen Aufwand installieren lässt. Im Cockpit werden Werte aus den Programmen Eigenorganisation, Rechnungswesen und Personalwirtschaft ausgewertet und anhand von Tachos illustriert. Der Prozess wird vom Kundenverantwortlichen der DATEV angestoßen, der das Cockpit zur Verfügung stellt, mit den Kanzleien die Ergebnisse analysiert und sich um die Vergabe des Labels kümmert, wenn eine Kanzlei die genannten Kriterien erfüllt. Einmal gelabelt, immer gelabelt: Die digitale Auszeichnung wird bei der Vergabe mit der Jahreszahl versehen und kann in dieser Form dauerhaft eingesetzt werden. Um aber für die folgenden Jahre die jeweils aktuelle Jahreszahl für das Label zu bekommen, muss eine Kanzlei erneut das Cockpit durchlaufen, denn die zu erfüllenden Kriterien ändern sich jährlich. Wenn Kanzleien die im DATEV Digitalisierungs-Cockpit aufgestellten Hürden reißen, helfen ebenfalls die Kunden-

verantwortlichen der Genossenschaft weiter: Sie planen gemeinsam mit den Inhabern die weiteren Schritte, um die Werte zu verbessern. Eine verstärkte Vorerfassung durch Mandanten mithilfe von DATEV Unternehmen online kann ein möglicher Weg sein, die konsequente Nutzung von vorhandenen Schnittstellen zu Fremdsystemen ein anderer.

Der Weg mit dem Label

Petra und Jan Börnigen von Börnigen und Partner mit Niederlassungen in Unterföhring und Haar bei München erhielten ebenfalls das Label Digitale DATEV-Kanzlei. Sie digitalisieren bereits seit zehn Jahren und sehen sich durch die Auszeichnung in ihrer Strategie bestätigt. Das Label wollen sie hauptsächlich für die Vermarktung einsetzen: „Wir werden das natürlich auf unseren Social-Media-Kanälen posten, wie wir das

immer machen, und dann werden die Mandanten schon sagen: Da haben wir die richtige Kanzlei ausgewählt. Und vielleicht werden andere auch noch auf uns aufmerksam“, so Jan Börnigen. Das Label strahlt natürlich auch nach innen und zeigt dem Personal einer Kanzlei, dass die geleistete Arbeit anerkannt und wertgeschätzt wird. Das ist Petra Börnigen wichtig, denn die Auszeichnung „ist nicht nur unsere Leistung, sondern auch die unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie dürfen stolz auf sich sein“, betont sie.

Kanzleien, die das Label für potenzielle Mandanten sichtbar machen möchten, haben die Möglichkeit, auf der Plattform smartexperts.de in ihrem Profil deutlich zu machen, dass es sich hier um eine digitale DATEV-Kanzlei handelt, oder können die diversen elektronischen Hilfsmittel in Anspruch nehmen, die DATEV auf ihrer Website anbietet. Mandanten, die auf eine digitale Zusammenarbeit mit ihren Steuerberatern Wert legen, steht mit dem Label Digitale DATEV-Kanzlei jedenfalls ein aussagekräftiges Instrument bei der Berater-

suche zur Verfügung. ●

DIETMAR ZEILINGER

Redaktion DATEV magazin

Steuerberaterinnen
und Steuerberater
sind Freiberufler
und als Selbständige
selbst für ihr Schick-
sal verantwortlich.

MEHR DAZU

Sie möchten wissen, ob auch Ihre Kanzlei die Kriterien für das Label Digitale DATEV-Kanzlei erfüllt? Dann sprechen Sie jetzt Ihren DATEV-Kundenverantwortlichen an und durchlaufen Sie gemeinsam mit ihm das DATEV Digitalisierungs-Cockpit. Mehr zum Label Digitale DATEV-Kanzlei finden Sie unter www.datev.de/label-digitale-kanzlei

DATEV-Fachbuch „Go digital: Neues Denken in der Kanzleiführung“, Art.-Nr. 35421

Elektronische Softwarebereitstellung

Updates bitte nur noch digital

Download | Allen Anwendern, die so schnell wie möglich ihre Programm-Updates erhalten möchten, empfiehlt DATEV, sich die Bereitstellung der DATEV-Programme per DFÜ einzurichten. Steuerberaterin Elisabeth Kopp hat uns erzählt, was sie an diesem Verfahren überzeugt.



ELISABETH KOPP

Die Steuerberaterin führt eine Kanzlei in Deggendorf mit zehn Mitarbeitern.

Heute kann Frau Kopp nur noch darüber lächeln, wie viel Zeit ihr Techniker früher für das Einspielen der Update-DVDs brauchte. Denn die schnelle digitale Bereitstellung kann man mit wenigen Klicks einfach einrichten.

DATEV magazin: Was hat Sie dazu bewogen, DATEV mit der digitalen Bereitstellung zu beauftragen?

ELISABETH KOPP: Als mein Techniker mir dazu riet, hat mich die schnelle Verfügbarkeit der neuen Updates sofort überzeugt. Manchmal wartet man ja dringend auf eine neue Version, weil sie neue Features enthält, die man gerade für die Arbeit benötigt. Zum Beispiel, wenn endlich die Programmversion zur elektronischen Datenübermittlung und der Druck des Freizeichnungsdokuments oder der komprimierten Erklärung für die Steuerprogramme bereitstehen. Oder am Jahresende die Version für den Jahreswechsel in den Rechnungswesen- und Lohnabrechnungsprogrammen. Das funktioniert mit dem Abruf aus dem DATEV-Rechenzentrum per DFÜ einfach schneller als bei einem DVD-Versand, der ja ein paar Tage dauert.

Wie lief die Umstellung in Ihrer Kanzlei?

Das ging völlig reibungslos. Durch die

assistentengestützte Verteilung werden alle Arbeitsplätze im Kanzleinetzwerk bestückt. Alles ist gleich dort, wo es gebraucht wird, und zwar blitzschnell. Gelegentlich kommt es mal zu Engpässen, wenn sehr viele Kanzleien gleichzeitig ihre Updates abrufen. Deshalb haben wir den automatischen RZ-Abruf über Nacht zwischen 0:30 und 6:30 Uhr eingerichtet.

Nach dem Softwareabruf kommt die Installation. Was bedeutet das neue Verfahren für Ihren Techniker?

Das ist gar kein Problem und funktioniert übrigens auch über die Fernwartung. Er muss also gar nicht mehr wegen der Installation in die Kanzlei kommen und die Updates sind auch schneller installiert als früher. Für uns bedeutet das niedrigere Kosten und weniger Leerlauf im Büro während der Installationszeiten.

Wie sieht es bei Ihren Mandanten mit der elektronischen Softwarebereitstellung aus?

Ich habe zwei meiner selbstbuchenden Mandanten darauf angesprochen, die ihre DATEV-Programme von einem externen IT-Spezialisten installieren lassen. In beiden Fällen wird noch mit der DVD gearbeitet. Nach meinem Hinweis werden sie jedoch veranlassen, dass

der Prozess umgestellt wird. Auch sie sehen in der elektronischen Softwarebereitstellung eine Erleichterung.

Was würden Sie Kollegen empfehlen, die überlegen, auf die elektronische Softwarebereitstellung umzusteigen?

Auf jeden Fall machen. Für uns ist es eine große Erleichterung. Ich bin sehr froh, dass mein Techniker mir dazu geraten hat. Digitalisierung beginnt auch mit kleinen Schritten. Die Umstellung auf die digitale Softwarebereitstellung ist sicher einer davon.

So beauftragen Sie DATEV, die Programm-Updates elektronisch bereitzustellen

Im Installationsmanager „Bereitstellung per DFÜ“ anhängen, am besten den Versand der Programm-DVD auch gleich deaktivieren. Der Installationsmanager zeigt an, wenn neue Updates verfügbar sind.

Weitere Infos unter

www.datev.de/programme-dfue und www.datev.de/softwareauslieferung

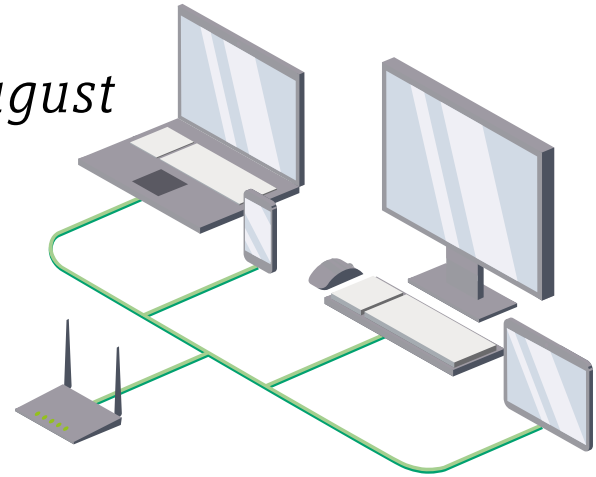
IMPRESSUM

Herausgeber: DATEV eG | Paumgartnerstraße 6–14 | 90329 Nürnberg **Verantwortlich (Redaktion, Anzeigen):** Claus Fesel **Chefredakteur:** Markus Korherr, Tel.: +49 911 319-53157 **Stellvertretender Chefredakteur:** Herbert Fritschka (M. A.) **Redaktion Rubrik Praxis:** Robert Brütting (RA), **CvD:** Kerstin Putschke (M. A.) | E-Mail: magazin@datev.de **Redaktionsbeirat:** Prof. Dr. Andrea Back (St. Gallen), Ulrich Gojowsky (Erlangen), Dr. Peter Leidel (Regen), Thomas Linse (Coburg), Solange van Rens (Passau), Prof. Dr. Hanns R. Skopp (Straubing) **Realisation:** Christian Alt, Henning Bruer, Jan Gläsker, Georg Gorontzi, Monika Krüger, Lothar Schmidt, Petra Nienstedt | TERRITORY CTR GmbH | Carl-Bertelsmann-Str. 33 | 33311 Gütersloh | www.territory.de **Fotos:** Getty Images, DATEV eG, Adobe Stock **Anzeigenleitung:** Herbert Fritschka, Tel.: +49 911 319-53145 | E-Mail: magazin@datev.de **Druck:** Mayr Miesbach GmbH | Am Windfeld 15 | 83714 Miesbach **ISSN:** 2197-2893 | Das DATEV magazin erscheint monatlich in einer Druckauflage von 48.500 Exemplaren. Namentlich gekennzeichnete Veröffentlichungen geben in erster Linie die Auffassung des Autors wieder. Alle Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte sind vorbehalten.

DATEV-Programme 13.0

Neue Programmversionen im August

Update | Voraussichtlich Ende August 2019 stellen wir die neuen Versionen der DATEV-Programme 13.0 elektronisch bereit. Nutzen Sie die digitale Softwarebereitstellung: schnell, sicher und umweltfreundlich. Per DFÜ werden dabei nur die neuen Programmversionen übertragen, für die Sie einen Vertrag haben. Installieren Sie sie möglichst bald und profitieren Sie von den Verbesserungen.



DATEV-Programme 13.0 per DFÜ abrufen

Über den Installationsmanager können Sie voraussichtlich ab Ende August 2019 die genutzten DATEV-Programme (per DFÜ) abrufen. Bitte nutzen Sie nach Möglichkeit diesen Weg (siehe auch das Interview auf Seite 37). Dabei werden nur die neuen Programmversionen übertragen, für die Sie einen Vertrag haben.

Mit der digitalen Softwarebereitstellung profitieren Sie von folgenden Vorteilen:

- Funktionale Neuerungen stehen Ihnen unmittelbar zur Verfügung.
- Die aktuelle DATEV-Plattform wird mitübertragen und auf alle Rechner im Netzwerk verteilt.
- Die Bereitstellung der DVD kann entfallen.

Beim erstmaligen DFÜ-Abruf empfehlen wir, im Installationsmanager eine Bereitstellung der DATEV-Programm-DVD 12.1 durchzuführen, um das Volumen möglichst gering zu halten (Menüpunkt Produkt | Assistenten | Installation vorbereiten).

Damit die für Sie bereitgestellten neuen Programmversionen immer sofort für die Installation verfügbar sind, sollte der automatische RZ-Abruf eingerichtet werden. Weitere Informationen finden Sie in der Info-Datenbank (Dok.-Nr. 1020800). Die neuen Versionen werden dann nicht mehr von der Programm-DVD installiert, sondern die Aktualisierung erfolgt auf Grundlage der elektronisch abgerufenen Versionen.

Weitere Informationen zur Einrichtung und Installation sowie zu den Einschränkungen finden Sie in der Info-Datenbank (Dok.-Nr. 1036585). Dort ist auch beschrieben, wie Sie den Versand der DATEV-Programm-DVD deaktivieren können. Für Update-Installationen ist die DATEV-Programm-DVD nicht mehr erforderlich.

Termine und Installationshinweise

Informationen zur Softwarebereitstellung inklusive Terminen finden Sie unter www.datev.de/softwareauslieferung. Vor-

aussichtlich ab Mitte August 2019 stehen dort auch die Installations- und Servicehinweise bereit. Bitte beachten Sie, dass die Broschüre Installations- und Servicehinweise ausschließlich online bereitgestellt wird.

Voraussetzungen

Installationsvoraussetzung für die neuen Programmversionen sind die DATEV-Programme ab Version 12.1 (Januar 2019).

Die DATEV-Programme 13.0 sind wiederum Voraussetzung für die Service-Releases der DATEV-Rechnungswesen-Programme/DATEV-Mittelstands-Programme mit den Standarddaten und amtlichen Formularen für 2020. Diese Service-Releases stehen Ihnen voraussichtlich ab Mitte Dezember 2019 vorab per DFÜ oder Download zur Verfügung.

Letztmalige Auslieferung von DATEV Mittelstand Faktura mit Rechnungswesen Einzelplatz

Bitte beachten Sie, dass DATEV Mittelstand Faktura mit Rechnungswesen Einzelplatz zum 31. Dezember 2019 abgekündigt ist und eine Jahresübernahme in das Jahr 2020 nicht mehr möglich ist. Um die notwendigen Aktivitäten des kommenden Jahreswechsels zu entzerren, empfehlen wir Ihnen und Ihren Mandanten, bereits im August auf das Nachfolgeprodukt DATEV Mittelstand Faktura mit Rechnungswesen umzusteigen. So profitieren Sie und Ihre Mandanten frühzeitig von den neuen Funktionen wie zum Beispiel dem automatisierten Buchen von PayPal-Umsätzen.

Weitere Informationen finden Sie unter www.datev.de/abkuendigungen.

Supportende von Windows 7, Windows Server 2008 R2 und Windows Small Business Server 2011 im Januar 2020

Microsoft beendet den Support für Windows 7, Windows Server 2008 R2 und Windows Small Business Server 2011 ab dem 14. Januar 2020. Sicherheitslücken, die danach erkannt werden, schließt Microsoft nicht mehr. Aus diesem Grund werden die DATEV-Programme 13.1 (voraussichtlich Ende

Dezember 2019) nicht mehr auf Verträglichkeit unter diesen Betriebssystemen geprüft. Mit Auslieferung der DATEV-Programme 13.0 werden betroffene Rechner in der Voraussetzungsprüfung zu Beginn der Installation gelb gekennzeichnet, damit Sie frühzeitig die Umstellung auf ein aktuelles Betriebssystem planen können.

Informationen zu den Abkündigungen finden Sie unter www.datev.de/betriebssystem-abkuendigung.

Halten Sie Ihr Windows-10-System aktuell

DATEV unterstützt die letzten beiden Feature-Updates von Windows 10. Wenn auf einem Windows-10-Rechner regelmäßig die Windows-Updates installiert werden, ist ein aktuelles Feature-Update installiert.

Mehr Informationen zu den Feature-Updates von Windows 10 finden Sie in der Info-Datenbank (Dok.-Nr. 1080746).

Neuerungen der DATEV-Programme 13.0

Ausführliche Informationen zu den Neuerungen finden Sie voraussichtlich ab Mitte August 2019 unter www.datev.de/neuerungen. So können Sie sich rechtzeitig vor der Installation zu den aktuellen Themen informieren und vorbereiten.

Eine Zusammenfassung sämtlicher Informationen finden Sie unter www.datev.de/softwareauslieferung.

Infos, wann die DVD an Sie verschickt wurde, finden Sie im DATEV Arbeitsplatz unter Service-Anwendungen | Versandstatus (Info-Datenbank, Dok.-Nr. 1020609).

INSTALLATIONS-HOTLINE DATEV-PROGRAMME 13.0

Für Kanzleien: Tel.: +49 911 319-37727

Für Unternehmen: Tel.: +49 911 319-37617

Servicezeiten: Mo.–Fr. 7:45–18:00 Uhr,
am Wochenende siehe unter

www.datev.de/softwareauslieferung

Telefonische und schriftliche Anfragen werden gemäß Servicevereinbarung berechnet.

DATEV-Programm EU-Vorsteuervergütung

Rückerstattung von im EU-Ausland gezahlter Vorsteuer

Vorsteuervergütung | Wer als deutscher Unternehmer Vorsteuer im EU-Ausland gezahlt hat, kann die Rückerstattung nur über das Online-Portal des Bundeszentralamts für Steuern (BZSt) beantragen.

Das DATEV-Programm EU-Vorsteuervergütung unterstützt die sogenannte Massendatenschnittstelle des BZSt. Dadurch können viele Vorsteuervergütungsanträge komfortabel gleichzeitig ans BZSt übermittelt werden, wodurch das Stellen einzelner Anträge entfällt.

Die Nutzung der Massendatenschnittstelle erfordert eine vorherige Registrierung im BZSt-Online-Portal (Mein BOP) für ein sogenanntes BOP-Zertifikat. Das kann mehrere Wochen in Anspruch nehmen;

planen Sie dafür ausreichend Zeit ein. Erstattungsanträge aus dem Jahr 2018 müssen bis spätestens 30. September 2019 über das Online-Portal des BZSt eingereicht oder mit dem DATEV-Programm übermittelt werden. Eine Checkliste zur Registrierung für ein BOP-Zertifikat finden Sie in der Info-Datenbank.

Das Programm DATEV EU-Vorsteuervergütung ist mit gleichem Funktionsumfang und Preis auch für Unternehmen freigegeben.



MEHR DAZU

DATEV Programm EU-Vorsteuervergütung, Art.-Nr. 40198

EU-Vorsteuervergütung für Unternehmen, Art.-Nr. 40255

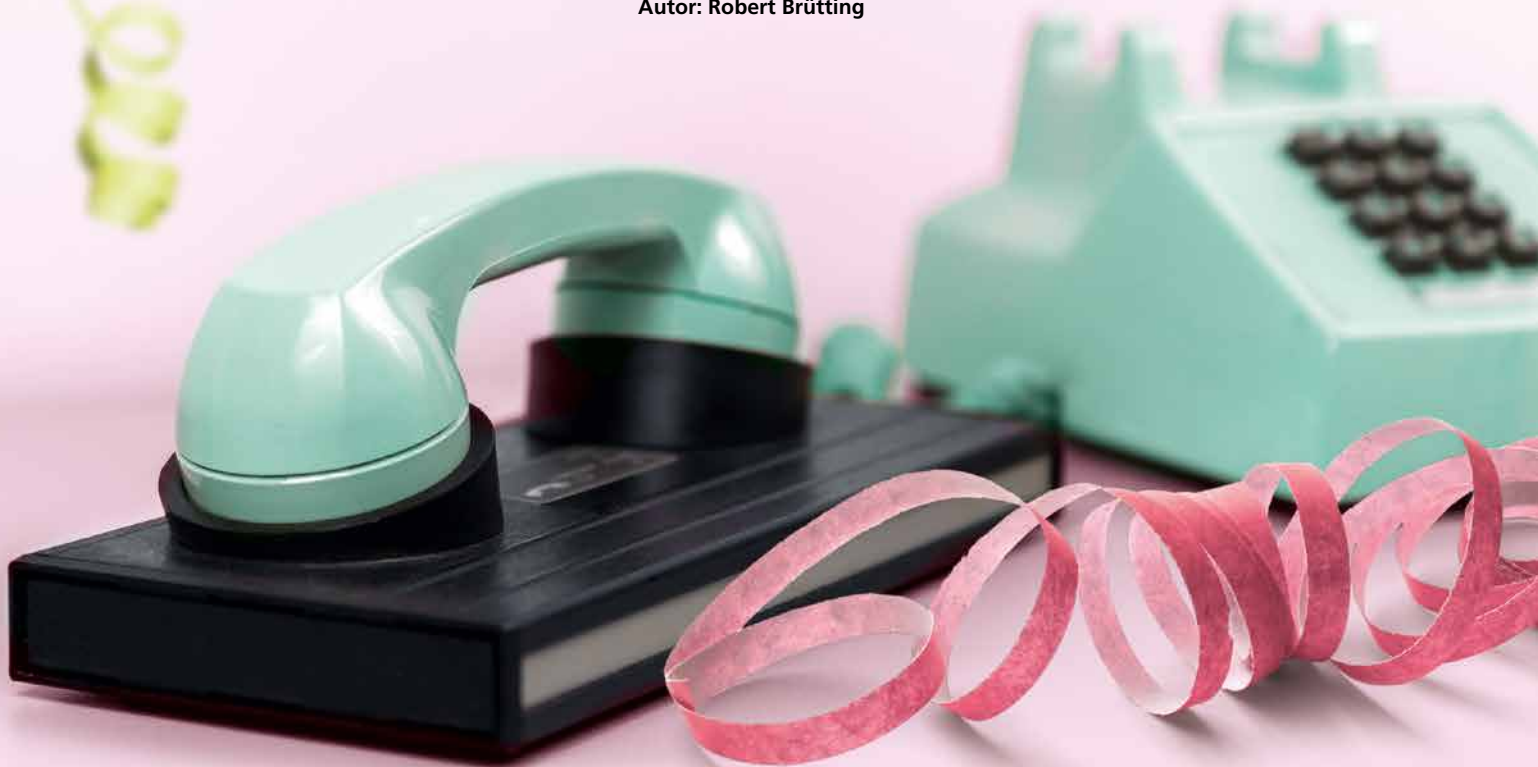
Info-Datenbank:
Checkliste „EU-Vorsteuervergütung: BOP-Zertifikat registrieren und installieren“,
Dok.-Nr. 1050234

„Vorsteuervergütungsanträge übermitteln“, Dok.-Nr.1070287.

Glückwunsch und Warnung zugleich

30 Jahre World Wide Web | Kein Geringerer als Bill Gates mutmaßte 1993, das Internet sei lediglich ein Hype. Mit dieser Aussage setzte er einen bis heute unübertroffenen Maßstab für Fehlprognosen, denn heute ist mehr als die Hälfte der Weltbevölkerung online. Der Siegeszug des Internets wird aber längst nicht mehr nur euphorisch gesehen.

Autor: Robert Brütting



Als der britische Forscher Timothy Berners-Lee am 12. März 1989 in Genf seine Idee präsentierte, war ihm sicherlich nicht bewusst, dass er damit den Startschuss geben würde für eine technologische Entwicklung, die mancher als so revolutionär einstuft wie seinerzeit die Erfindung des Buchdrucks. Berners-Lee, heute Professor an der University of Oxford, wollte ein System zum besseren Austausch von Informationen für Wissenschaftler und Universitäten entwickeln. „Vage, aber interessant“, schrieb sein Vorgesetzter damals auf das Papier. Tatsächlich aber schuf Berners-Lee die Grundlage für das Internet, wie wir es heute kennen. Das World Wide Web (WWW) ist in unserer Gesellschaft jedenfalls fester Bestandteil, das ist unbestritten. Gleich, ob Facebook, YouTube oder WhatsApp – kein Social-Media-

Kanal oder Messenger wäre ohne das Internet denkbar, kein Fußball via Livestream, keine Partymusik mittels Spotify. Und so gilt es, eine Vision zu feiern, die dazu geführt hat, dass wir als Gesellschaft nun Möglichkeiten haben, an die vor 25 Jahren noch niemand zu denken wagte, wie etwa das Onlinebanking oder Internetportale zum Kauf beziehungsweise Verkauf von Waren.

Fluch und Segen zugleich

Aber besteht deshalb wirklich Anlass, völlig uneingeschränkt zu feiern? Das Internet ist nämlich nicht nur Segen, sondern zugleich auch Fluch. Zwar weiß man innerhalb weniger Minuten, wo und wann sein Flieger geht oder die Bahn fährt (sofern

sie denn fährt), und über entsprechende Portale gelingt eine steuerliche oder juristische Recherche in kürzester Zeit – da, wo man früher aufwändig Bibliotheken aufsuchen musste. Diese Vorzüge bezahlen wir aber mit dem Nachteil, dass man über uns sehr viel weiß und dass diese Datenspuren von großen Konzernen wirtschaftlich ausgenutzt werden.

Veränderung der Verhaltensmuster

Diese Kommerzialisierung ist aber nur der Beginn einer kulturellen Entwicklung, die mehr als bedenklich ist. Das Internet ist eine Technologie von epochalem Ausmaß, sagt auch der Medienwissenschaftler Wolfgang Hagen. Ein Hauptaspekt dieser Entwicklung ist der Zerfall einer klassischen Öffentlichkeit. In Zeiten des Neoliberalismus lassen wir uns zunehmend von

ökonomischen und technologischen Stakeholdern beeinflussen. Diese Meinungsbilder, neudeutsch: Influencer, führen dazu, dass eine völlig neue Art von Subjektivität entsteht – viel schwächer hinsichtlich ihrer rationalen und viel stärker bezüglich ihrer affektiven Seite. Tatsache ist jedenfalls, dass viele mittlerweile fast schon hörig und häufig überzogen sowie überaus impulsiv auf das reagieren, was ihnen in dieser computer- und internetgesteuerten Welt von Instagram und Co. offeriert wird. Erst danach wird reflektiert, womöglich mit Bedauern, was man eigentlich gerade tut oder getan hat. Diese Umkehrung der Verhaltensmuster dürfte weitreichende soziale Folgen haben. Schon heute sprechen namhafte Wissenschaftler von Abhängigkeit und Sucht, wenn Internet-Power-User – gleich ob in der U-Bahn, am Flughafen oder auch im Restaurant – nahezu jede freie Sekunde nutzen, um, digitalen Autisten gleich, losgelöst von ihrer Umgebung, gefangen im eigenen Social-Media-Kokon, wie besessen auf ihre Smartphones oder Tablets einzuhacken.

Schattenseiten des Web

Zudem zweifeln angesichts von Datenmissbrauch, Fake News oder anderen Formen der Desinformation, aber auch Hassreden und Zensur mittlerweile mehr und mehr Menschen daran, ob das WWW wirklich ausschließlich positive Einflüsse hat. Im dreißigsten Jahr seines Bestehens hat das Internet durchaus einen schlechten Ruf, vor allem bei Medienleuten und Journalisten, weil es nach deren Ansicht die Öffentlichkeit unterminiert und dabei sei, diese ganz materiell sowie auch ökonomisch auszuhöhlen. In den 30er-Jahren des 20. Jahrhunderts gab es in Deutschland rund 4.000 Zeitungen. Jeder konnte diese Meinungsvielfalt am Kiosk sehen. Nach Ansicht vieler

Experten sind die großen Internet-Player nun aber dabei, das Monopol der Information an sich zu ziehen – und auch nahezu die komplette Werbung. Zudem kann weltweit jeder ins Netz, auch wirklich böse Menschen, die digitale Unterwelt des Darknet lässt grüßen!

Misstände bekämpfen

So macht sich mittlerweile auch Professor Berners-Lee Sorgen darüber, was aus „seinem“ Internet geworden ist. Schon 2014, zum 25. Geburtstag des WWW, forderte er die Einführung eines internationalen Grundrechtekatalogs für Internetnutzer. Seinerzeit stand die politische Debatte unter dem Zeichen des Whistleblowers Edward Snowden. Der Gesetzgeber, national wie international, und auch die Justiz haben teilweise schon reagiert. Das Netzwerkdurchsuchungsgesetz, die EU-Urheberrechtsreform, aber auch die Datenschutz-Grundverordnung und demnächst die sie ergänzende ePrivacy-Verordnung sind neben anderen Gesetzen sowie der BGH-Entscheidung zum digitalen Nachlass Maßnahmen, um einer Entwicklung gegenzusteuern, die offensichtlich aus dem Ruder gelaufen ist. Den Schattenseiten des WWW wird man tatsächlich aber nur begegnen können, wenn man auch die großen Monopole angeht und eine Entflechtung ihrer Tätigkeiten in die Wege leitet, ähnlich der Zerschlagung von Standard Oil im Jahre 1919 in den USA.

In Zeiten des Neoliberalismus lassen wir uns zunehmend von ökonomischen und technologischen Stakeholdern beeinflussen.

Fazit und Ausblick

Das Internet, so wie wir es heute kennen, wurde nicht mit dem primären Ziel entwickelt, die klassischen Strukturen einer formalisierten Öffentlichkeit und eines davon getrennten informellen Privatbereichs aufzulösen. Das WWW sollte auch nicht dem Zweck dienen, durch Werbung viel Geld zu verdienen, es entwickelte sich völlig frei. Daher muss heute jeder selbst entscheiden, wie viel er von sich im WWW preisgibt beziehungsweise wie weit er sich von Google oder Facebook manipulieren lässt. Abschließend noch ein Wort zur Digitalisierung, die ohne das Internet ebenfalls undenkbar wäre. Wie ein Damoklesschwert hängt sie über so manchem steuerlichen Berater mit Blick auf dessen Zukunftsprognose. Da wünscht sich insgeheim der eine oder andere Berater womöglich, Robert Metcalfe, Erfinder der Ethernet-Verbindung, hätte Recht behalten, als er 1995 sagte: „Das Internet wird wie eine spektakuläre Supernova im nächsten Jahr ausbrennen und in einem katastrophalen Kollaps untergehen.“ ●

ROBERT BRÜTTING

Rechtsanwalt in Fürth sowie Fachjournalist Recht und Redakteur beim DATEV magazin

Mit digitalen Tools wie der App

Abschlussprüfung mobil

prüfe ich jetzt noch wirtschaftlicher.



Setzen Sie jetzt auf den digitalen Standard für die Abschlussprüfung! Mit bewährter DATEV-Software und neuen digitalen Tools wie Abschlussprüfung mobil oder der qualifizierten digitalen Signatur für die Berichterstellung optimieren Sie Ihre Prozesse in allen Phasen der Prüfung. Und arbeiten digital, schnell und effizient. Wirtschaftlicher geht's nicht!

www.datev.de/app-abschlusspruefung



Zukunft gestalten. Gemeinsam.