



DHEIN & DHEIN

PARTNERSCHAFTSGESELLSCHAFT MIT BESCHRÄNKTER BERUFSHAFTUNG
▶ STEUERBERATUNGSGESELLSCHAFT · LANDWIRTSCHAFTLICHE BUCHSTELLE ◀

LOTSE

Oktober 2017

In dieser Ausgabe:

Ja ist denn schon Weihnachten?

Machen Handys dumm?

Mitarbeiterführung - Generation Y und Z und ihre Geheimnisse

Fünf goldene Regeln für ansprechende Kundenbriefe

Die Hand in der Kasse

Der Run auf's Rad nimmt weiter Fahrt auf

Buchführung war auch schon mal einfacher

Viel Spaß beim Lesen
Ursula & Stephan Dhein



JA IST DENN SCHON WEIHNACHTEN? – UNSERE TIPPS FÜR IHRE BETRIEBSFEIER

Erwarten Sie auch tagtäglich ihr geliebtes Weihnachtsgebäck in Ihrem Supermarkt?! Es ist fast schon wieder soweit, die Weihnachtszeit steht vor der Tür und somit auch die dazugehörigen betrieblichen Veranstaltungen. Beleuchten wir das Thema doch mal aus steuerlicher Sicht.

Betriebsveranstaltungen finden zwar auf **betrieblicher** Ebene statt, haben aber eben auch einen **gesellschaftlichen** Charakter. Daher hat der Gesetzgeber bei der Absetzungsfähigkeit Ihrer Kosten für Betriebsausflüge, Weihnachtsfeiern, Jubiläumsfeiern und Co besondere Anforderungen.

„**Übliche** Zuwendungen an einen Arbeitnehmer im Rahmen einer solchen Veranstaltung“ sind kein lohnsteuerpflichtiger Arbeitslohn.

Übliche Zuwendungen sind z. B.

- Speisen und Getränke
- die Übernahme von Übernachtungskosten
- Eintrittskarten
- Geschenke
- Transport (z. B. Taxi, Bus, Bahn, Flieger)
- Aufwendungen für „den äußeren Rahmen“ (z. B. Deko)

Für alle diese Aufwendungen gibt es einen Freibetrag von 110 € pro Mitarbeiter. Laden Sie auch die Lebenspartner und/ oder Kinder Ihrer Mitarbeiter ein, müssen die 110 € für beide reichen – es findet **keine Verdoppelung** statt.

Der darüber hinaus gehende Betrag wird zum „**geldwerten Vorteil**“, muss also über die Gehaltsabrechnung versteuert werden.

Der Gesetzgeber bietet Ihnen aber hier eine „**Nettigkeitsregel**“ an: Sie dürfen die geldwerten Vorteile **pauschal** über alle Mitarbeiter mit **25 %** versteuern und die Steuer dabei für Ihre Mitarbeiter übernehmen.

Denn die Freude über eine gelungene Weihnachtsfeier wird schnell getrübt, wenn auf der nächsten Lohnabrechnung die „Quittung“ kommt.

Bitte beachten sie weiter, dass all das nur für **maximal 2 Betriebsveranstaltungen** im Jahr gilt und auch der Freibetrag von 110 € pro Jahr nur einmal genutzt werden kann. Auch hier findet bei zwei Veranstaltungen keine Verdopplung statt. Die Möglichkeit der Pauschalierung bleibt aber erhalten.

Übrigens: Für **Arbeitstreffen** und **Besprechungen** gibt es keine Beschränkungen der Abzugsfähigkeit, da sie keinen gesellschaftlichen Charakter haben. Dabei wird von der Finanzverwaltung der Rahmen der „üblichen“ Zuwendungen aber sicher sehr eng ausgelegt. Geschenke gehören dann sicher nicht dazu.

MACHEN HANDYS DUMM?

Waren Sie auch schon mal genervt, weil Ihr Gesprächspartner scheinbar sein Handy spannender fand als Ihre Konversation? Und haben Sie dann auch schon mal gehört: Ich höre zu – ich kann das parallel?

Bei der Arbeit machen sich Chefs Sorgen, dass das eingeschaltete Handy der Mitarbeiter die **Konzentration** stört. Gerade jüngere Mitarbeiter und Mütter scheinen aber oft mit dem Handy „verwachsen“.

Eine **Studie** der University of Texas at Austin hat jetzt genau untersucht, welche Auswirkungen das Smartphone wirklich hat.

Die **800 Testpersonen** wurden in drei Gruppen eingeteilt:

- Eine Gruppe hatte ihre Smartphones **auf dem Schreibtisch**.
- Die zweite Gruppe legte es in die **Tasche**.
- Die dritte Gruppe legte das Handy in einen **anderen Raum**.

Dann absolvierten alle Probanden einen Test zu ihren kognitiven Fähigkeiten.

Das gar nicht so überraschende **Ergebnis**: Die Gruppen, die ihr Handy in einen anderen Raum abgelegt hatten, schnitten beim Test deutlich besser ab als die beiden anderen Gruppen. Dabei war es übrigens egal, ob das Handy mit dem Display nach oben oder nach unten auf dem Tisch lag.

Konkret: Die reine Anwesenheit eines Smartphones in Reichweite reicht schon für einen deutlichen Konzentrationsabfall, weil das Gehirn versucht sich nicht vom Handy ablenken zu lassen.

Unser Tipp: Richten Sie eine Sammelstelle ein, an der die Smartphones morgens „geparkt“ werden – in den Pausen kann dann jeder sein Handy checken.

Noch ein Tipp an unsere Mütter: Solange Sie im Betrieb oder im Büro sind, gibt es sicher noch die gute alte Festnetznummer, auf der Ihr Kind oder Schule und Kindergarten Sie stets erreichen kann.





MITARBEITERFÜHRUNG – GENERATION Y UND Z UND IHRE GEHEIMNISSE

Eine Kernaufgabe für Sie als Unternehmer ist der **Aufbau einer attraktiven Arbeitgebermarke**. Denn hierdurch können Sie **potentielle Mitarbeiter dauerhaft binden**. Was man unter einer „attraktiven Arbeitgebermarke“ versteht, ist je nach Arbeitnehmer individuell. Sicher ist, dass je nach Generation die Ansprüche an den Arbeitgeber wechseln.

Und schon haben wir die nächste Herausforderung: Unsere potentiellen Mitarbeiter finden wir selten in unserer Generation. Mit anderen Worten: Um ein attraktiver Arbeitgeber zu werden bzw. zu bleiben, sollten wir uns auf die nachfolgenden Generationen Y und auch schon Z einstellen. Als Generation Y werden die zwischen 1976 und 1998 geborenen bezeichnet. Die nächst Jüngeren sind dann die Generation Z. Eine klare Einteilung gibt es hier übrigens nicht. Der Übergang ist fließend.

Generation Y: Ihre Stärken und Schwächen

Diese Generation ist ständig auf der Suche nach dem **Sinn**. Dies gilt in allem und überall. Sie reflektieren und hinterfragen, verlieren aber schon mal den „roten Faden“. Dabei spielt das „große“ **Geld keine Rolle**. Vielmehr ist ihnen ihre **Eigenständigkeit** und **Individualität** wichtig.

Ihre unentwegte Suche nach dem Sinn führt aber dazu, dass sie sich nur sehr schwer festlegen können. Sie haben große Träume, an deren Umsetzung sie aber oftmals scheitern.

Dass die coolen Jobs per **Netzwerk** und Beziehungen vergeben werden, ist ihnen bewusst. Dennoch arbeiten sie ständig an einem perfekten Lebenslauf. Also, sie haben das Gefühl, anders zu sein, verfolgen aber dennoch alte Wege statt neue zu kreieren.

Sie haben eine genaue Vorstellung von dem, was sie wollen. Auf der anderen Seite aber auch unglaublich **Angst zu scheitern**, weil die Gesellschaft sie für Fehler abstempelt.

Herausforderungen an den Arbeitgeber

Als attraktiver Arbeitgeber werden Sie von der Generation Y wahrgenommen, wenn

- Sie **Entwicklungs- und Selbstverwirklichungsmöglichkeiten** bieten.
- Sie **Spaß** und **Freude** an der Arbeit bieten.
- Sie ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen Arbeit und **Vereinbarkeit von Familie, Privatleben und Beruf** ermöglichen.
- Sie die **neuste Technologie** einsetzen.

- Sie weitest gehende Möglichkeiten zur **Flexibilisierung der Wochenarbeitszeit** gewährleisten.
- Sie eine **angemessene und faire Vergütung** bieten.
- Sie einen **Ruf als attraktiver Arbeitgeber** haben.

Generation Z – Digital Natives

Gerade haben wir uns auf die Generation Y eingestellt, da steht auch schon die nächste vor der Tür. Unsere neuen Auszubildenden gehören bereits der nächsten Generation an. Geprägt werden diese dadurch, dass sie **mit Medien groß werden**, die sowohl in der Arbeitswelt selbstverständlich sind wie auch im Privatleben. Ihre **Informationen** beziehen sie nur noch aus dem Internet. Gemessen wird ihr tun und Leben allein am **Glück**.

Die neue Generation ist sehr **neugierig und interessiert**. Finden sie ein Projekt interessant, werden sie dies mit **Leidenschaft** begleiten. Dabei ist es sehr wichtig, dass sie sich frei entfalten können. Wie ihre Vorgänger ist ihnen **Eigenständigkeit** sehr wichtig. Anders als diese hat die Generation Z den Mut, sich vom Althergebrachten los zu sagen. D.h. ist ein Projekt abgeschlossen, machen sie sich auf die Suche nach einer neuen interessanten Aufgabe. Und dies ist nicht an einen Arbeitgeber gebunden.

Herausforderung an den Arbeitgeber:

Da **keine lebenslange Bindung** an einer einzigen Firma gewünscht ist, sollten Sie auf Ihr **Image** achten. Sie sollten als **kooperativer und attraktiver Partner** auftreten. Hier hilft auch die **Präsenz in Netzwerken**, um für die jungen Menschen erreichbar zu sein.

Das Idealbild ist die **Projektarbeit**, in der jeder Beteiligte sich wie ein funktionierendes Zahnrad im Getriebe versteht. **Verantwortung** äußert sich in der Wahrnehmung der **Aufgaben** innerhalb eines Netzwerks, das einen konkreten Auftrag umsetzt.

Tipp: Strukturieren Sie die Arbeit in flachen Hierarchien quer zum Abteilungsdenken! So berücksichtigen Sie den Fakt, dass die Generation Z ein anderes Verständnis von Führung und Verantwortung hat.



FÜNF GOLDENE REGELN FÜR ANSPRECHENDE KUNDENBRIEFE

Teil 1 von 3 der Mini-Serie Kundenorientierter Schreibstil

Werden Ihre Briefe - egal ob Werbung, Informationsschreiben, Angebote oder Mails - von Ihren Kunden gern (und hier liegt die Betonung auf GERN) gelesen? Oder landen Sie wie so viele Schreiben auf dem Stapel bzw. Posteingang „Später lesen“ (also nie) oder noch schlimmer gleich im Papierkorb?

In dieser Serie erhalten Sie praktische Tipps für kundenorientiertes Schreiben.

1. Formulieren Sie so, wie Sie sprechen

Wir schreiben das Jahr 2017, nicht 1917. Doch viele Briefe lesen sich noch so sperrig, als entstammten sie dem letzten Jahrhundert. Das beginnt bei der **förmlichen Begrüßung** „Sehr geehrte Damen und Herrn“ über „erbitten wir Sie höflichst“ bis hin zu „beiliegend erlauben wir uns, Ihnen... zu überreichen“. Kein Mensch redet so. Überprüfen Sie Ihre Formulierungen darauf, ob Sie das in einem persönlichen Gespräch auch sagen würden.

Nutzen Sie die direkte Ansprache mit der **Sie – Wir – Regel**. Es gilt: 70% Sie – 30% Wir, beispielsweise statt „Wir schicken Ihnen“ – „Sie erhalten“, „Es gibt uns seit 25 Jahren“ – „Für Sie seit 25 Jahren im Einsatz“.

2. Kurze Sätze erhöhen die Verständlichkeit

Je länger ein Satz ist, desto schwieriger ist er nachzuvollziehen. Ihre Sätze sollten **15 bis max. 20 Wörter** beinhalten. Schachtelsätze und zu viele Nebensätze erschweren das Verständnis bzw. bringen die meisten Leser dazu, vorzeitig abzubrechen. Jedes **Komma** bedeutet eine weitere Kurve im Gedankengang. Und spätestens nach der dritten Abbiegung verliert der Leser langsam die Orientierung. Dann muss er den Satz entweder erneut lesen oder steigt entnervt aus dem Text aus. Setzen Sie Ihrem Leser die **Informationen** Stück für Stück in appetitlichen **Portionen** vor. Mit jedem Punkt geben Sie ihm eine kleine Verschnaufpause. Gerade bei komplizierten Erläuterungen ist das besonders wichtig. So kann der Leser Ihren Gedanken viel leichter folgen.

3. Fordern Sie zum Handeln auf

Viele Inhalte „verpuffen“, weil zum Schluss die Handlungsempfehlung fehlt. Es gibt eine passende Marketingregel dazu: Kunden tun

immer das, was Sie ihnen sagen. Sagen Sie nichts...

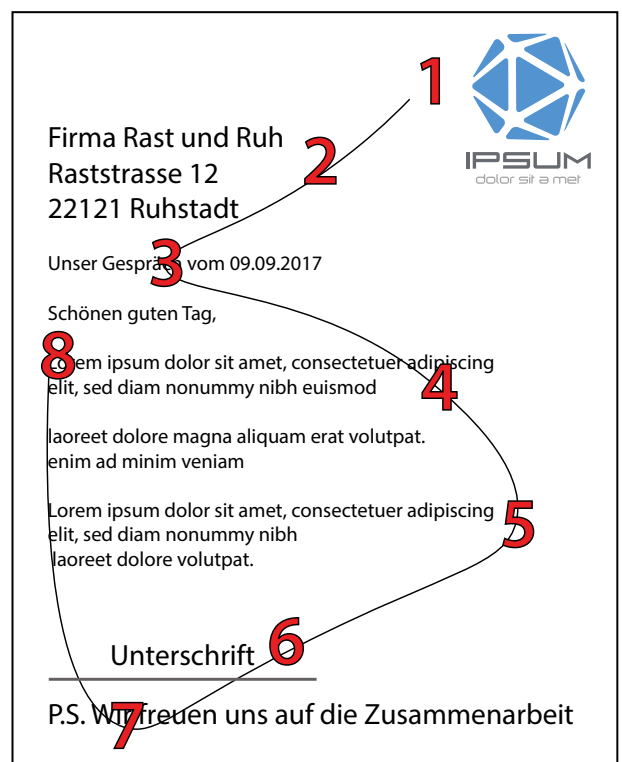
„Fordern Sie weitere Unterlagen an“, „Besuchen Sie unsere Webseite“, „Klicken Sie hier“, „Rufen Sie an“. Wie auch immer Ihr **Appell** lautet, es erhöht die **Rücklaufquote**.

4. Setzen Sie mit einem Foto positive Akzente

Nehmen Sie direkt Augenkontakt auf und platzieren Sie ein Foto, auf dem Sie oder einer Ihrer Mitarbeiter lächelt, im oberen Bereich. Abbildungen und Grafiken sorgen immer für **Aufmerksamkeit**. Über die Position des Bildes leiten Sie das Auge. Das Auge springt direkt zum dominantesten Bild auf Ihrem Brief. Dieses sollte nach Möglichkeit oben stehen - denn das Auge wandert nicht zurück. Wenn es einmal unten ist - steigt es aus.

5. Nutzen Sie den Blickverlauf beim (Werbe-) Brief

Wenn sie es geschafft haben, dass der Kunde den Briefumschlag öffnet, dann haben Sie die erste Hürde genommen. Doch was passiert dann? Untersuchungen haben gezeigt, dass Anschreiben sehr oft nach einem bestimmten Muster gescannt werden – und zwar so:



Dieses Scannen findet statt noch BEVOR der Inhalt selbst gelesen wird. Wenn dieser erste Check positiv ausfällt, wird der Brief gelesen. Ansonsten wird er weggelegt.

1. Blick: Zunächst schauen Sie auf den Absender. Wer hat Ihnen den Brief überhaupt geschrieben? Wenn der Absender bekannt ist, vermerkt Ihr Gehirn einen **Pluspunkt**. Als nächstes wandern die Augen Richtung Betreff (Punkt 3), vorher nochmal ein kurzer Blick auf den Empfänger (Punkt 2). Wird der Leser mit seinem eigenen Namen angesprochen, gibt es einen weiteren Pluspunkt.

Ist der Betreff nicht fesselnd genug, ist an dieser Stelle häufig Schluss. Wählen Sie daher eine Überschrift, die aussagekräftig ist, und gleichzeitig auch neugierig macht auf den Inhalt des Briefes. Sprechen Sie den Leser direkt an und beantworten für ihn die Frage: „Was bedeutet das für mich?“, Vermitteln Sie einen Nutzen, z.B. :

- Wie Sie das Beste aus... machen
- Für Sie gelesen – Tipps für ...

Bei Punkt 4 und 5 sehen Sie, dass der Leser anschließend über den Text schweift. Sind Worte oder Sätze **fettgedruckt**, werden diese intensiver wahrgenommen. Sie können das Auge hier also gezielt führen. Heben Sie dabei **positive** Worte hervor.

Anschließend schaut sich der Leser die **Unterschrift** bei Punkt 6 an.

Und jetzt das kleine Geheimnis von Punkt 7:

Das P.S. ... lesen Ihre Kunden zuerst

Bevor mit dem eigentlichen Lesen des Briefes begonnen wird, wird das so genannte P.S. komplett gelesen. Es ist der **kürzeste Abschnitt** des Briefes. Achten Sie deshalb gerade hier drauf, dass dieser Punkt so interessant wie möglich gestaltet wird.

Zeigen Sie noch einmal besondere Vorteile Ihres Produktes oder Dienstleistung auf. Sie können auch einen Rabatt erwähnen, wenn sich der Kunde innerhalb einer bestimmten Frist bei Ihnen meldet oder einkauft. Sprechen Sie am besten hier eine klare Handlungsempfehlung aus. Oder Sie fordern zum Lesen auf „Lesen Sie unbedingt diesen Brief, damit Sie künftig...“

Erst nachdem alle diese „Hürden“ überwunden sind, fängt Ihr Kunde an, Ihren Brief zu lesen (Punkt 8). Doch wenn Sie die ersten drei Regeln für die Formulierungen aus diesem Artikel angewendet haben, wird er das gerne tun.

Im nächsten Teil erfahren Sie, wie Sie Ihre Angebote optimieren.

DIE HAND IN DER KASSE

Was Sie bei Zahlungen der GmbH an die Gesellschafter beachten müssen

In unserer Serie zur GmbH haben wir im 3. Teil bereits auf Folgendes hingewiesen:

Die GmbH hat keine Privatsphäre. Privatentnahmen- und -einlagen gibt es nicht (Punkt!).

Im Alltag können Sie aber vielleicht solche Zahlungen nicht immer vermeiden. So kommt es durchaus häufig zu Geldbewegungen zwischen Gesellschaft und Gesellschafter, die privaten Charakter haben.

Im Klartext: der Gesellschafter bezahlt Kosten für die GmbH aus eigener Tasche oder die persönlichen Ausgaben des Gesellschafters werden vom GmbH-Firmenkonto bezahlt. Eigentlich ist es ja schließlich auch Ihre GmbH und somit Ihr Geld, oder? Rechtlich eben nicht – es findet vielmehr eine **strenge Trennung** statt.

Daher müssen diese Geldbewegungen zwischen Gesellschafter und Gesellschaft extra auf so genannten **Verrechnungskonten** gebucht werden. Genau betrachtet handelt es sich bei diesen Zahlungen um **Darlehensgewährungen**. Und wie Sie das schon aus unseren bisherigen Artikeln zur GmbH kennen: Die **Formvorschriften** sind umfangreich und ihre Nicht-Einhaltung kostet Sie schnell empfindlich viel Geld.

Die Konsequenz: Sie müssen entsprechende Darlehensverträge schließen (und schriftlich dokumentieren), die auch noch einem „Fremdvergleich“ standhalten. Das betrifft sowohl die **Zinskonditionen** als auch die **Tilgungsvereinbarungen**. Sprich: Sie müssen sich selbst oder Ihre GmbH wie Fremde behandeln.

Fehlt es an entsprechenden Vereinbarungen oder werden keine oder zu niedrige Zinsen gezahlt, wittert das oberste Deutsche Steuergericht (BFH) eine **verdeckte Gewinnausschüttung**.

Solche verdeckten Gewinnausschüttungen sind beim Empfänger/ Gesellschafter als Einkünfte aus Kapitalvermögen zu versteuern.

Wer will denn so was?

Also ist es notwendig vorher oder zumindest **zeitnah** (!) einen Vertrag über solche Zahlungsvorgänge zu schließen, wie er unter fremden Dritten üblich ist (bei z.B. Arbeitnehmerdarlehen).

Gleichen Sie die Beträge **sehr kurzfristig** wieder aus (z. B. innerhalb von 10 Tagen) können auch „durchlaufende Posten“ angenommen werden.

Solche Fälle ergeben sich z. B. aus Geldbewegungen zwischen Bank und Kasse, Auslagenverrechnungen oder Vorschüssen.

Bleiben die Beträge länger „offen“, droht Gefahr. Wundern Sie sich also nicht, wenn unsere Buchhaltungs-Sachbearbeiter Sie auf solche Fälle ansprechen. Oft kommen wir aber in der Buchhaltung „zu spät“. Besser ist es uns **vorher Bescheid** zu sagen, wenn sich bei Ihnen **längerfristige Darlehenssituationen** ergeben. Dann können wir rechtzeitig mit Ihnen alles in die Wege leiten, damit der Fiskus die rechtliche Trennung nicht in bare Münze verwandelt.

Denn wieder gilt:

Nur wer schreibt, der bleibt!





DER RUN AUF'S RAD NIMMT WEITER FAHRT AUF

Der Run auf's Rad bei Unternehmen und Behörden nimmt weiter Fahrt auf

Seitdem das Dienstwagenprivileg auch für Fahrräder gilt, präsentieren sich Unternehmen gern fahrradfreundlich. Bei gut ausgebildeten Nachwuchskräften punkten sie so als attraktive Arbeitgeber. Zugleich sparen sie bares Geld. Auf diese Feinheiten kommt es beim Dienstrad an.

Früher durften Firmen Mitarbeitern zwar bereits Räder zur Verfügung stellen, aber ausschließlich für Geschäftsfahrten. Inzwischen ist das anders. Mitarbeiter dürfen mit dem Firmenrad zur Arbeit fahren und nach Feierabend wohin sie wollen.

Dienstfahrrad als Benefit mit Mehrwert

Galten Ausstattung und Größe des Firmenwagens bisher als Statussymbole, träumen umwelt- und fitnessbewusste Arbeitnehmer heute von E-Bikes, Carbon-Rennrädern oder coolen Mountainbikes. Ein solches Traumrad als Benefit vom Arbeitgeber zu erhalten, wirkt als Anreiz und Motivation.

Für die private Nutzung werden, wie beim Dienstwagen, 1 % des Listenpreises als geldwerter Vorteil versteuert. Bei einem Anschaffungspreis von z. B. 2.500 €, versteuert der Arbeitnehmer 25 € pro Monat nach seinem persönlichen Steuersatz. Steuerlich hat das Firmenrad gegenüber dem PKW aber einen Vorteil: Bei der Gehaltsabrechnung muss der Anfahrtsweg zur Arbeit nicht versteuert werden.

Über den wachgeradelten Kopf am Morgen freuen sich Chef und Angestellte gleichermaßen. Arbeitnehmer, die zu Fuß oder mit dem Fahrrad zur Arbeit kommen, sind durchschnittlich zwei Tage pro Jahr weniger krank, als solche, die per Auto oder ÖPNV anfahren. Weiterer Nebeneffekt: Die Kosten für Firmenparkplätze sinken.

Leasing: Fahrrad sponsored by Fiskus

Das Dienstrad eignet sich auch für eine echte Barlohnumwandlung. Hierbei wird ein Teil des Gehalts als Sachlohn bezahlt. Voraussetzung dafür ist eine arbeitsvertragliche Vereinbarung. Mittels Leasing hält man den Verwaltungsaufwand für eine Dienstrad-Flotte gering. Spezialisierte Leasinganbieter (wie *Benefits & more*) bieten Rundum-Sorglos-Pakete an. So kann man zu günstigen Konditionen einen Fahrrad-Fuhrpark aufbauen und zugleich das Fuhrparkmanagement auslagern.

Der Arbeitgeber schließt hierfür einen Rahmenvertrag mit einer Leasingfirma über 36 Monate ab. Der Mitarbeiter wählt sein Rad direkt beim Vertragshändler. Monatlich fallen eine Leasingrate, ein Betrag für die Versicherung sowie die jährliche Service-Reparatur Inspektion an. Diese zahlt der Arbeitgeber, der die Kosten als Betriebsausgaben absetzt. Die Kosten der Leasingrate behält der Arbeitgeber sodann vom monatlichen Bruttolohn ein. Ebenso wie den Betrag für Versicherung sowie die jährliche Service-Inspektion. Selbstverständlich kann der Arbeitgeber die Benefit-Leistung auch komplett übernehmen.

Steuervorteil: Die Berechnungsgrundlage für Lohnsteuer und Sozialversicherung sinkt, sodass der Arbeitnehmer etwas weniger Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträge bezahlt. Auch der Arbeitgeber zahlt weniger für Renten-, Kranken-, Pflege- und Arbeitslosenversicherung.

Besser beraten

Am Ende eines Leasingvertrags ist das Rad – nach Meinung der Finanzverwaltung – noch mindestens 40 % des Neupreises wert. Bei den meisten Dienstradleasinganbietern kann der Arbeitnehmer das Bike für ein Zehntel des Neupreises kaufen – also mindestens 30 % billiger. Dieser Bewertungsunterschied ist als geldwerter Vorteil zu versteuern, was fast alle Leasinganbieter verschweigen. Betriebsprüfer gehen immer stärker dazu über, diesen Punkt intensiv zu kontrollieren.

Konsequenz: Der Arbeitgeber muss in solchen Fällen Einkommensteuer, Solidaritätszuschlag, gegebenenfalls Kirchensteuer, Sozialabgaben sowie möglicherweise 6 Prozent Zinsen nachzahlen. Aus Arbeitgeber-Sicht ist es daher wichtig, die Kaufoption vertraglich rechtssicher auszuschließen. Hier benötigt man auf jeden Fall beste Beratung.

Gastbeitrag von

LohnXperts
Henric Östringer
Im Breitspiel 11c
D-69126 Heidelberg
Web: www.lohnxperts.de
E-Mail: ebike@lohnxperts.de

Benefits and more GmbH
Uwe Rihm
Talstraße 21
D-89584 Ehingen-Donau
Web: www.benefits-and-more.de

BUCHFÜHRUNG WAR AUCH SCHON MAL EINFACHER – DIE ANFORDERUNGEN DER GOBD AN SIE

Nein, GoBD ist keine neue „coole“ TV-Serie. Es geht um die Grundsätze ordnungsmäßiger Führung und Aufbewahrung von Büchern, Aufzeichnungen und Unterlagen sowie zum Datenzugriff durch die Finanzbehörden. Schon die Länge des Titels der Vorschrift lässt nichts Gutes ahnen.

Und richtig: es ist nicht ganz so einfach die Buchführung „ordnungsgemäß“ zu machen. Stellt der Betriebsprüfer hier jedoch Mängel fest, kann er Ihre Buchführung nach seiner Auslegung neu „schätzen“. So kommt es insbesondere zu Umsatzhinzuschätzungen von durchaus um die 10 % - manchmal sogar höher. Hohe Steuernachzahlungen sind oft die Folge.

So vermeiden Sie negative Auswirkungen:

- **Bewahren Sie alle steuerrelevanten Daten auf.**

Dies betrifft sowohl Papierdokumente wie auch Daten wie Rechnungen, Lieferscheine, Geschäftskorrespondenz (auch die E-Mails!), Kassenbuch und Zählprotokolle und alle Daten in den Programmen, die Sie für Ihren Betrieb nutzen (Warenwirtschaft, Lohn, Buchhaltung, ...)

- **Halten Sie Dokumentationen zu all Ihrer genutzten Hard- und Software bereit**

Sie haben eine Registrierkasse oder ein EDV-Kassensystem? Ganz wichtig: Die Ableitungen und die Sonderprogrammierungen müssen dokumentiert sein. Lassen Sie sich die „GoBD-Fähigkeit“ vom Hersteller Ihrer Hard- und Software bestätigen bzw. achten Sie schon beim Erwerb darauf.

- **Dokumentieren Sie die Regeln für den Umgang mit Daten und Belegen**

Das nennt man auch die „Verfahrensdokumentation“. Aus ihr muss hervorgehen, wie die Prozesse rund um Daten und Belege in Ihrer Firma funktionieren. Von „Wer macht die Post auf“ über „Wer gibt die Rechnungen frei zum Bezahlen“ bis zu „Wo legen wir die Belege/ Daten ab“. Hier geht es um einzelne Prozessschritte und deren Zuständigkeiten.

- **Erfüllt Ihre Aufbewahrung Ihres Rechnungswesens die Kriterien:**

nachvollziehbar, vollständig, richtig, zeitgerecht, geordnet und sicher?
Konkret: Kann ein Betriebsprüfer in angemessener Zeit alles sicher finden?

- **Erfassen Sie alle Geschäftsvorfälle zeitnah bzw. sammeln Sie sie wenigstens zügig**

Bargeschäfte sind täglich (Protokoll!), unbare Geschäfte innerhalb von 10 Tagen zu erfassen. Schaffen sie also eine ordentliche Ablage, aus der auch schon vor der eigentlichen Buchführung die Belege den Zahlungsströmen zugeordnet werden.

- **Ihre Buchführung wird regelmäßig und fristgerecht „festgeschrieben“**

Wenn Sie Ihre Buchführung beim Steuerberater machen lassen, sorgt er dafür, dass die Buchführung bis zum Umsatzsteuertermin unveränderlich festgeschrieben wird.

- **Achten Sie auf die Revisionsicherheit der Archivierung**

Hier geht es um die Unveränderbarkeit von Aufzeichnungen – insbesondere elektronisch eine Herausforderung. Office-Dateien sind zum Beispiel nicht ohne Weiteres unveränderbar. Wir empfehlen Ihnen ein Dokumentenmanagementsystem mit diesem Merkmal.

- **Sorgen Sie für die Lesbarkeit Ihrer Daten über die gesamte Aufbewahrungsfrist**

Bei Papierbelegen müssen z. B. Belege auf Thermopapier (gerne Tankrechnungen) kopiert werden, weil sie sonst schnell verblassen. Auch bei den elektronischen Daten ist die Lesbarkeit oft eine wirkliche Herausforderung – „alte“ Daten – und wir reden hier meist von 10 Jahren Aufbewahrungsfrist! – brauchen manchmal noch alte Hardware oder Software. Achten Sie also insbesondere bei Softwarewechsel darauf, dass die neue Software auch die alten Daten lesen kann.

- **Sichern Sie Ihre Daten gegen Diebstahl, Verlust und Vernichtung.**

Ein Server im Keller auf dem Boden ist bei Wasser im Keller schnell außer Gefecht.
Unser Tipp: Ihre Betriebsversicherung sagt Ihnen, welche Anforderungen auch baulich bestehen.

- **Sichern Sie regelmäßig**

Eigentlich ja heute eine Selbstverständlichkeit und auch ein Muss unabhängig der Finanzamtswünsche.

- **Richten sie ein „Internes Kontrollsystem“ ein.**

Die Finanzverwaltung vertraut nicht allein Ihrer Verfahrensdokumentation. Sie möchte auch sehen, dass die Regeln beim Umgang mit Belegen und Daten im Rechnungswesen eingehalten und kontrolliert werden.

Je nach Größe des Betriebes und der Anzahl der mit dem Rechnungswesen befassten Personen kann dieses Kontrollsystem sehr einfach oder auch sehr umfangreich sein.

Stichworte sind hier: Vier-Augen-Prinzip, Fristenkontrolle (Festschreibung!), und Erfassungskontrolle insbesondere bei digitalen Belegen.

- **Trennen Sie private Daten von den geschäftlichen.**

Sorgen Sie dafür, dass der Betriebsprüfer, der ja alle Ihre steuerrelevanten Daten einsehen darf, nicht „aus Versehen“ auch private Daten sieht.

Unser Tipp: Schulen Sie insbesondere auch Ihre Mitarbeiter in Bezug auf den internen E-Mail-Verkehr.

Gerne beraten wir Sie bei der Umsetzung dieser Maßnahmen, damit Sie der nächsten Betriebsprüfung ruhiger entgegensehen können.



Das Team der Kanzlei DHEIN & DHEIN!



Stephan Dhein
Steuerberater
Landwirtschaftliche Buchstelle



Ursula Dhein
Dipl. Betriebswirtin (FH)
Steuerberaterin
Landwirtschaftliche Buchstelle



Maria Lehnen
Steuerfachangestellte
Finanz- und Lohn- Buchhaltung,
Jahresabschluss, Steuererklärungen
(Schwerpunkt Landwirtschaft)



Yvonne Rickenbach
Steuerfachangestellte
Finanz- und Lohn- Buchhaltung,
Jahresabschluss, Steuererklärungen



Helene Hartkopf
Steuerfachangestellte
Finanz- und Lohn- Buchhaltung,
Jahresabschluss, Steuererklärungen
(Schwerpunkt Landwirtschaft)



Julia Paulus
Steuerfachangestellte
Finanz- und Lohn- Buchhaltung,
Jahresabschluss, Steuererklärungen



Lisa Otto
Steuerfachangestellte
Finanz- und Lohn- Buchhaltung,
Jahresabschluss, Steuererklärungen
(Schwerpunkt Landwirtschaft)



Ines Funcke
Steuerfachwirtin
Finanz- und Lohn- Buchhaltung,
Jahresabschluss, Steuererklärungen



Eileen Gottschalk
Sekretärin
Empfang, Postein- und Ausgang,
Dokumentenmanagement



Christina Schmitz
Auszubildende
Steuerfachangestellte
1. Lehrjahr

Die Mandantenzzeitung Lotse ist ein Gemeinschaftsprojekt des delfi-net Netzwerk zukunftsorientierter Steuerberater

Über 90 Kanzleien haben sich bundesweit in diesem Netzwerk zusammengeschlossen, um Erfahrungen auszutauschen und Kompetenzen für die Mandanten zu bündeln.



Impressum:
Herausgegeben als Gemeinschaftsarbeit der delfi-net Steuerberatungskanzleien
Copyright: delfi-net - Netzwerk zukunftsorientierter Steuerberater - www.delfi-net.de
Gestaltung: Erwin Hamatschek

Fotos:
Seite 1 / © Erwin Hamatschek - Seite 2 / © ISS_6117_01531 / IngImage
Seite 3 / © 02J47540/IngImage - Seite 4 / © 03A38205 / IngImage
Seite 5 / © diego cervo / IngImage - Seite 6 / © Riese & Müller
Seite 7 / © ISS_5208_00963 / IngImage - Seite 8 / © Kanzlei Dhein & Dhein

Hinweis:
Der Inhalt ist nach bestem Wissen und dem aktuellen Kenntnisstand erstellt worden.
Haftung und Gewähr sind ausgeschlossen, diese bleiben der Einzelberatung vorbehalten.

DHEIN & DHEIN

PARTNERSCHAFTSGESELLSCHAFT MIT BESCHRÄNKTER BERUFSHAFTUNG
► STEUERBERATUNGSGESELLSCHAFT · LANDWIRTSCHAFTLICHE BUCHSTELLE ◀

Schloss-Dyck-Straße 18 - 41238 Mönchengladbach

Telefon: 0 21 66 - 6 70 90 70 - Telefax: 0 21 66 - 6 70 90 710
Mobiltelefon: 0173 - 5 28 38 93

info@dhein-steuerberater.de - www.dhein-steuerberater.de

