

SteuerConsultant

Die kompakte Information für steuer- und wirtschaftsberatende Berufe

Steuerrecht

Voraussetzungen für die Anerkennung von Aufwandsspenden ~ WP/RA/StB Dr. Ulf-Christian Dißars 21
 Versteuerung fiktiver Renditen aus Schneeballsystemen ~ Dipl.-Finw. Gerhard Brusckke 23

Beratungspraxis

Fehler in der Lieferkette ~ RA Dr. Stefan Lammel, RA Dr. Jan Henning Martens 12
 Die sozialversicherungsrechtliche Stellung kurzzeitig Beschäftigter ~ Horst Marburger 26

Kanzleimanagement

Präsentationen – Professionalität bringt Punkte 38
 Mandantenveranstaltungen – Gäste willkommen 42



Aktiv gestalten

Gesellschafter-Geschäftsführer im Steuerrecht

Mit zahlreichen Praxistipps >> 15



HAUFE.



Mandantenveranstaltungen

Gäste willkommen

Viele Kanzleien nutzen Mandantenveranstaltungen als Marketing- und Serviceinstrument. Welche Vorbereitungen Kanzleichefs für ein perfektes Event treffen sollten, damit die Veranstaltung bei den Gästen gut ankommt.

Der Abend war ein voller Erfolg: Im Herbst 2013 informierte die Kanzlei Lehleiter + Partner Treuhand AG im brandenburgischen Görlitz ihre Mandanten über aktuelle steuerliche Änderungen. „Mehr als 100 Gäste nahmen teil“, sagt Christiane Neuburger, Marketingverantwortliche der Kanzlei mit zwölf weiteren Standorten in Sachsen und Baden-Württemberg.

Rund eine halbe Stunde lang referierte ein Steuerberater zu den neuen Regeln. „Wir achten bei diesen steuerrechtlichen Themen immer darauf, dass die Inhalte der Vorträge

in lockerer Atmosphäre vermittelt werden“, so Neuburger. Die Mandanten sollen keinesfalls den Eindruck haben, einer Lehrveranstaltung für Steuerrecht zu lauschen.

Referenten sollen schwierige Inhalte verständlich präsentieren

Die Referenten sollen die schwierigen Inhalte leicht verständlich, teilweise sogar mit witzigen Randbemerkungen vermitteln. „So bleibt die neue Information nachhaltig im Kopf“, sagt Neuburger. Auf den bildenden Part folgt regelmäßig eine Zusammenkunft

mit Aperitif, Buffet und Musik. „Es geht uns auch darum, den Mandanten persönlich zu treffen, mit ihm ein gutes Gespräch zu führen und unseren Gästen einen schönen Abend zu ermöglichen“, so die Marketingexpertin. Rund dreimal im Jahr finden solche Mandantenveranstaltungen statt.

Auch andere Steuerberatungsgesellschaften organisieren derartige Informationsveranstaltungen, häufig mit Eventcharakter, und verfolgen damit mehrere Ziele: Sie wollen die Bindung und die Zufriedenheit der Mandanten erhöhen, neue Kunden gewinnen

sowie zum informellen Austausch der Teilnehmer anregen. Das Gelingen der Termine hängt allerdings von einer detaillierten Vorbereitung ab (siehe „Tipps für den Erfolg“ S. 44).

Im ersten Schritt definiert der Kanzleichef am besten, welche Ziele er mit der Veranstaltung erreichen will. VBP/StB Helmut Friederici hat hier klare Vorstellungen: „In erster Linie wollen wir informieren und Wissen vermitteln.“ Friederici führt eine Kanzlei mit Standorten in Essen und Dortmund. „Wir setzen diese Termine nicht dafür ein, neue Mandate zu gewinnen“, so Friederici. Seine Klienten sollen die Qualität der Leistung der Kanzlei erkennen können.

Mandanten wünschen sich tiefergehende Informationen

Damit liegt die Praxis im Trend. Das bestätigt Richard Luthardt, Consultant der Datev eG in Nürnberg. Die Genossenschaft unterstützt Steuerberater dabei, eine Mandantenveranstaltung vorzubereiten, und führt regelmäßig professionelle Mandantenbefragungen für Kanzleien durch. „Häufig stellen wir fest, dass die Teilnehmer sich tiefergehende Informationen zu fachlichen Fragen wie etwa Reisekosten wünschen und einen engen Kontakt mit dem Berater suchen“, so Luthardt. Zwei Vorgehensweisen für die Themenauswahl bieten sich daher an: Zum einen können Kanzleichefs gezielt Gespräche mit ausgewählten Mandanten führen, um deren thematische Interessen herauszufinden. Zum anderen aber erweisen sich neue gesetzliche Regelungen regelmäßig als gute Quelle der Inspiration. Beispiel: Friederici nahm zuletzt das Thema Sepa auf und kooperierte dabei mit der Industrie- und Handelskammer Düsseldorf sowie mit einem Kreditinstitut. Friederici regte die Informationsveranstaltung bei den Institutionen selbst an.

Wichtig: Bei Veranstaltungen im Verbund ist darauf zu achten, dass bei den Teilnehmern nicht der Eindruck einer Verkaufsveranstaltung für Bank- oder Versicherungsprodukte entsteht. Drei Vorträge sollten maximal auf dem Programm stehen, denn die Konzentration der Zuhörer lässt erfahrungsgemäß nach spätestens 90 Minuten deutlich nach.

Die Kanzlei Leiter hält diese Zeitvorgabe bei ihrer Planung auch konsequent ein, unabhängig vom Thema. Beispiel: 2013 engagierte die Gesellschaft für ihre Veranstaltung einen namhaften Trainer zum Thema Mitarbeitermotivation als Referenten. Er sprach im Anschluss an die steuerlichen Themen rund eine Stunde. „Selbst bei weichen Themen beachten wir diese Faustregel“, so Neu-

Interview

„Oft ein weiches Thema zum Abschluss“

Christian Friese, Vorstandsmitglied innerhalb der ETL-Gruppe, zur perfekten Organisation einer Mandantenveranstaltung.



SteuerConsultant: Welche Ziele verfolgt die ETL-Gruppe mit Seminaren, Vorträgen oder Events für die Mandanten?

Christian Friese: Wir wissen, dass vor allem Unternehmer sehr daran interessiert sind, frühzeitig und detailliert über Steueränderungen informiert zu sein. Dafür nutzen wir mehrere Instrumente, zum einen unseren Newsletter, unsere Broschüren und Flyer sowie zum anderen die regelmäßig stattfindenden Mandantenveranstaltungen. In erster Linie geht es uns darum, die Bindung der Mandanten an unsere Kanzleien zu stärken. Außerdem wissen wir, dass rund 75 Prozent der neuen Mandate aus Empfehlungen resultieren. Deshalb möchten wir, dass unsere Mandanten positiv über die Veranstaltungen berichten. Wir weisen in der Einladung ausdrücklich darauf hin, dass auch Freunde und Bekannte willkommen sind.

SteuerConsultant: Zu welchen Themen finden die Veranstaltungen in der Regel statt?

Friese: Aktuell kommen Fragestellungen zu Betriebsprüfungen, Alterssicherung sowie zum Mindestlohn

sehr gut bei den Unternehmern an. Wir halten derzeit auch vermehrt Vorträge zur Nettolohnoptimierung, also zu steuerfreien Extras. Darüber hinaus informieren wir über neue Gesetze und geplante Rechtsänderungen. Die Referate laufen jeweils etwa 20 bis 30 Minuten, wobei wir immer nur zwei Vorträge zu steuerlichen Themen einplanen. Zum Abschluss kommt oft noch ein sogenanntes weiches Thema, beispielsweise die Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

SteuerConsultant: Welche Tipps geben Sie, um mit den Teilnehmern ins Gespräch zu kommen?

Friese: Bei unseren ETL-Veranstaltungen nehmen prinzipiell alle Mitarbeiter an den Veranstaltungen teil. Sie tragen gut sichtbare Namensschilder und häufig auch eine farblich einheitliche Oberbekleidung. Es ist sowohl für die Mitarbeiter der Kanzleien als auch für die Mandanten positiv, sich persönlich kennenzulernen. Außerdem haben wir festgestellt, dass viele Teilnehmer spezielle Fragen an ihren Berater haben. Falls dieser den ganzen Abend in Gespräche vertieft ist, nehmen die ETL-Mitarbeiter die Fragen auf, damit er am nächsten Tag zurückrufen kann. Schließlich wollen wir mit den Veranstaltungen auch den Beratungsbedarf wecken.

SteuerConsultant: In welcher Form erfolgt eine Nachbereitung der Veranstaltung?

Friese: Die Gäste erhalten ein Handout zur Veranstaltung, damit sie während der Vorträge nicht mitschreiben müssen. Wir legen keine Fragebögen aus. Für ein persönliches Feedback fragen wir anschließend telefonisch nach, so erkennen wir den Beratungsbedarf.

» Tipps für den Erfolg

Mandantenveranstaltungen vorzubereiten, ist ein zeitintensives Projekt. Tipps, wie Sie dabei am besten vorgehen.

- 1 **Ziele festlegen:** In der Regel haben Mandantenveranstaltungen zum Ziel, die Bindung der Klienten an die Kanzlei zu stärken, die Reputation der Kanzlei zu verbessern und sich damit einen Vorteil im Wettbewerb zu verschaffen. Viele Steuerberater setzen sie aber auch dafür ein, sich neue Umsatzchancen zu sichern. Die Mandantenveranstaltung wird nur eine von mehreren Möglichkeiten sein, das Ziel zu erreichen. Ermitteln Sie deshalb im ersten Schritt auch die Alternativen – und entscheiden Sie dann, ob die Mandantenveranstaltung das Mittel der ersten Wahl ist. Denn: Vielfach belaufen sich die Kosten auf mehrere Tausend Euro. Inwiefern sich der Aufwand am Ende rentiert, wird sich vielfach nicht in Zahlen nachhalten lassen.
- 2 **Zielgruppe definieren:** Wichtig ist es, die richtigen Teilnehmer einzuladen – je nach Zielrichtung. Wer also soll angesprochen werden, wie ist die Zielgruppe am besten zu erreichen? Entsprechend gilt es, das Thema zu bestimmen, und entsprechend gilt es, den Rahmen der Veranstaltung festzulegen.
- 3 **Thema:** Je breiter der Titel der Veranstaltung angelegt ist, desto mehr Teilnehmer sind erfahrungsgemäß zu erwarten. Zum Beispiel erreichen Themen wie Altersvorsorge, Erben und Testament oder Immobilien einen größeren Interessentenkreis als etwa die Einzelheiten zur E-Bilanz.
- 4 **Wichtig:** Wer neue Mandanten gewinnen will, versendet die Einladungen nicht wahllos an alle Unternehmen in der Region. Im Idealfall wird eine gezielte Auswahl getroffen – beispielsweise nach Größe und der Zahl der Mitarbeiter oder Branche. Tipp: Rufen Sie vorher bei den Adressaten an, um die Einladung zu avisieren. Das steigert erfahrungsgemäß den Rücklauf. Stellen Sie in der Einladung den Nutzen der Veranstaltung heraus. Wählen Sie einen ansprechenden Titel. Informieren Sie auch im Newsletter der Kanzlei sowie auf der eigenen Internetseite über die Veranstaltung.
- 5 **Räumlichkeiten:** Die erwartete Anzahl der Teilnehmer bestimmt die Wahl der Räumlichkeiten. Wichtig sind ausreichend Parkplätze, perfekte Akustik und Lichtverhältnisse sowie ausreichend Platz.
- 6 **Empfang der Gäste:** Die Mitarbeiter der Kanzlei sollten alle Namensschilder tragen, im Optimalfall sind sie durch eine einheitliche Kleidung erkennbar. Die Gäste sollten gefragt werden, ob sie ein Namensschild haben wollen.
- 7 **Begrüßung:** Die Gäste werden persönlich am Eingang begrüßt. Der Kanzleichef sollte in jedem Fall anwesend sein – selbst wenn er keinen Vortrag hält. Am besten eröffnet er den Abend.
- 8 **Vorträge und Moderation:** Die Rhetorik ist genauso wichtig wie der Inhalt. Nehmen Sie sich Zeit für die Vorbereitung, üben Sie den Vortrag und nutzen Sie die moderne Technik – etwa die Präsentationssoftware Powerpoint.
- 9 **Zusammenkunft:** Besser nur Snacks und Getränke bieten als ein schlechtes Buffet. Keinesfalls sollten Mitarbeiter bei der Veranstaltung kellnern, hier geht es um den guten Stil. Die Mitarbeiter sollten sich als Gastgeber verstehen und entsprechend auf die Teilnehmer zugehen.
- 10 **Gebühren:** Für Seminare dürfen Steuerberater eine Gebühr verlangen, bei mehrtägigen Veranstaltungen auch mehrere Hundert Euro. Bei Informationsveranstaltungen besser darauf verzichten, selbst wenn der Referent viel Geld kostet.

burger. Das Interesse war enorm, fast 100 Unternehmer nahmen teil. Zumeist finden die Termine mit vielen Gästen in einem Hotel statt. Seminare im kleineren Kreis können aber genauso gut in der Kanzlei stattfinden, vorausgesetzt, sie verfügt über einen Raum, der technisch gut ausgerüstet ist. Parkplätze dürfen auch nicht fehlen.

Besprechung aktueller Themen bei monatlichem Kanzleifrühstück

„Einige Steuerberater organisieren auch einmal im Monat ein Kanzleifrühstück, bei dem aktuelle Themen besprochen werden“, weiß Luthardt. Vorteil: Die Mandanten können die Termine perfekt einplanen, weil sie langfristig angelegt sind. „Im Idealfall finden derartige Veranstaltungen morgens oder ab dem späten Nachmittag statt, keinesfalls mittags“, rät Luthardt. Als Wochentage eignen sich insbesondere Mittwoch oder Donnerstag, das Wochenende sollte tabu bleiben. „Ausnahme können allenfalls Jubiläumsveranstaltungen sein, die als großes Fest organisiert werden“, so Luthardt.

In jedem Fall sollte rund drei Monate vorher schriftlich eine Einladung an die Gäste verschickt werden – ein Schreiben per Mail oder Fax reicht nicht aus.

Zudem darf eine persönliche Ansprache nicht fehlen. „Zum Beispiel schreiben wir oft, dass wir speziell für den Mandanten das Thema aufbereitet haben. Wichtig ist eine spannende Formulierung, wie etwa: „Mindestlohn: Wie Sie jetzt richtig reagieren“, so Christian Frieße, Vorstandsmitglied der ETL-Gruppe (siehe Interview S. 43), die in Deutschland mit über 700 Kanzleien und weltweit in über 30 Ländern vertreten ist. In Deutschland zählt sie zu den Top 5 der Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaften.

Am besten liegt der persönlichen Einladung eine Antwortkarte für die Anmeldung bei. „Kommt keine Reaktion, können Mitarbei-



Eva-Maria Neuthinger

ist Diplom-Kauffrau und arbeitet als freie Wirtschaftsjournalistin für Magazine und Zeitungen. Sie hat sich auf die Themenfelder

Unternehmensführung und Steuern spezialisiert.

E-Mail: eva.neuthinger@t-online.de

ter bei der Kanzlei telefonisch nochmals nachhaken, wenn es eine Veranstaltung für eine kleinere Zielgruppe ist“, rät Luthardt. Die ETL-Gruppe fragt bei Absagen auf der Antwortkarte nach den Gründen. Zum Beispiel können die Mandanten ankreuzen, ob

Das zeigt, mit welchem hohen Zeitaufwand die Organisation verbunden ist. „Viele Steuerberater unterschätzen das“, warnt Luthardt. „Es kommen schnell hundert oder mehr Stunden zusammen.“ Das gilt vor allem, wenn der Kanzleichef oder ein Mitarbeiter die Vorträge

sind die Referate dann zu kurz oder zu lang, zeigen Schwächen im Aufbau oder in der Darstellung. Der Erfolg der Veranstaltung hängt aber wesentlich davon ab, dass komplizierte fachliche Zusammenhänge ansprechend und verständlich dargestellt werden. Nichts ist schlimmer, als wenn Mandanten den Saal mit dem Eindruck verlassen, wenig verstanden zu haben. „Ganz entscheidend ist auch die Nachbereitung“, so Luthardt. Viele Steuerberater verschenken hier Chancen. Zum Beispiel biete es sich an, einen Fragebogen auf der Veranstaltung auszulegen, um Verbesserungspotenziale zu ermitteln. Eine Einschätzung erhalten Kanzleichefs auch, wenn sie ihre Mandanten im Anschluss an die Vorträge direkt befragen.

Im Idealfall erhalten die Teilnehmer auch ein Skript des Referats. Die Kanzlei Lehleiter versendet dieses häufig an interessierte Teilnehmer später per Post oder auf elektronischem Wege. Eine gute Möglichkeit, um nachhaltig die Mandantenbindung zu stärken. ■

„Wir achten bei diesen steuerrechtlichen Themen immer darauf, dass die Inhalte der Vorträge in lockerer Atmosphäre vermittelt werden.“

*Christiane Neuburger, Kanzlei Lehleiter + Partner Treuhand AG,
Görlitz (Brandenburg)*

eventuell das Thema, Datum und Zeitpunkt nicht passen. Die Mitarbeiter der ETL nehmen zudem vor dem Termin per Mail oder telefonisch nochmals Kontakt mit den Gästen auf. „Wir haben in der Vergangenheit die Erfahrung gemacht, dass Teilnehmer nicht erschienen sind, weil sie sich schlichtweg den Termin nicht eingetragen haben“, so Friese.

halten wollen. „Wer rhetorisch nicht geübt ist, sollte besser einen externen Referenten buchen“, so Luthardt. Die Datev selbst leistet seinen Worten zufolge Unterstützung. Kardinalfehler vieler Redner sei der, dass sie ihren Vortrag erst in letzter Minute vor dem Stichtag vorbereiten. „Das können sich nur Profis leisten“, warnt Luthardt. Denn häufig

Weniger Steuer, mehr Beratung.

Bleiben Sie erfolgreich.

Mit dem integrierten Komplettsystem für die kleine Steuerkanzlei.

Jetzt kostenlos testen auf agenda-software.de

Agenda: