



## Gute Vorsätze für 2010

Der Jahreswechsel ist die ideale Zeit, um das Vergangene Revue passieren zu lassen und Pläne für die Zukunft zu schmieden. Das Geschehene lässt sich dabei nicht mehr beeinflussen – darüber zu jammern hilft also nicht weiter. Viel wichtiger ist es, welche Schlüsse Sie daraus für die Zukunft ziehen. Was nehmen Sie sich vor? Was werden Sie anders bzw. besser machen? Entscheidend dabei für die Umsetzung: Halten Sie Ihre Ziele schriftlich fest. In einer Langzeitstudie der Harvard Universität übertrafen die Absolventen mit schrittlichen Zielen ihre Erwartungen, die ohne blieben weit unter ihren Möglichkeiten. Wie Sie eine schriftliche Jahresplanung nutzen können, um Ihr Unternehmen besser zu steuern, erfahren Sie in dieser Ausgabe.

Ebenso informieren wir Sie über die aktuellen Änderungen zur Umsatzsteuer, geben wertvolle Hinweise zur Patientenverfügung, zeigen Tipps zur Kassenbuchführung, zum Internet-Marketing und die 7 Grundregeln für ein gelungenes Bankgespräch.

Angenehme Feiertage und einen erfolgreichen Start ins neue Jahr wünscht Ihnen

## Ihr Rüdiger Stahl mit Team



## Die Umsatzsteuer – auch 2010 keine Entbürokratisierung!

Als **Unternehmer** – und der sind Sie ja auch schon als **Vermieter** von Wohnungen/ Läden oder Garagen mit Umsatzsteuer! - haben Sie sich sicher schon öfter mit den formalen Tücken der Umsatzsteuer beschäftigen müssen. Auch für die Zukunft gibt es leider keine Entwarnung. Mehrere hundert Seiten Gesetze, Richtlinien und Erlasse pro Jahr machen die Sache für Sie – und übrigens auch für uns – nicht einfacher. Damit Sie Fallstricke erkennen, hier die wichtigsten Änderungen in Kürze:

### 1. Der Ort einer Leistung bestimmt die Höhe der Umsatzsteuer bei Auslandsgeschäften

Der Leistungsort hat Auswirkung darauf, ob Sie die Rechnung mit oder ohne Umsatzsteuer stellen und welche Meldepflichten Sie erfüllen müssen.

**Sonstige Leistungen** sind alle Leistungen, die keine Lieferungen sind, also im Wesentlichen Dienstleistungen, zu denen z. B. auch Vermittlungsleistungen, Transport- oder Bauleistungen und die Vermietung gehören.

Erbringen Sie eine solche Leistung als **Unternehmer an einen anderen Unternehmer**, gilt grundsätzlich der Sitz des Leistungsempfängers.

Für sonstige Leistungen **an Privatpersonen** ist grundsätzlich der Sitz Ihres Unternehmens maßgeblich.

Liegt der Ort der Leistung im Ausland, muss die Rechnung unter Umständen ohne deutsche Umsatzsteuer oder mit ausländischer Umsatzsteuer geschrieben werden.

Wie gesagt: grundsätzlich!

Wir wären aber nicht im deutschen Steuerrecht, wenn das gar so einfach wäre. Es kommt im Detail genau auf die Art der Sonstigen Leistungen an.

#### So erkennen Sie, ob Sie betroffen sind:

Erbringen Sie eine Sonstige Leistung? Wenn ja:

Sitzt der Leistungsempfänger im Ausland? Wenn ja:

Rufen Sie bitte an! Gemeinsam prüfen wir mit Ihnen weiter. Da gerade Rechnungen ins Ausland im Nachhinein schwer zu ändern sind, sollten Sie sich **vor der Rechnungsstellung** an uns wenden!

Die **Umsatzsteuervoranmeldung** und die **Zusammenfassende Meldung** sind genau auszufüllen, denn die Finanzverwaltungen der EU-Staaten machen einen elektronischen Abgleich. Bei Abweichungen haben Sie schnell eine **Betriebsprüfung** im Haus, die jeden kleinen formalen Fehler in bares Geld für das Finanzamt verwandelt!

### 2. Das Vorsteuervergütungsverfahren – wie bekommen Sie im Ausland gezahlte Vorsteuer zurück

Bei Einkäufen gezahlte ausländische Umsatzsteuer kann leider nicht einfach in der normalen Umsatzsteuervoranmeldung angerechnet werden.

Das dafür vorgesehene Vorsteuervergütungsverfahren wird von Papier auf ein elektronisches Verfahren umgestellt.

Bei jährlichem Antrag geht das nun erst ab einem Mindestbetrag von 50 €, bei ¼-jährlichem Antrag müssen es mind. 400 € sein.

Dem Vergütungsantrag sind auf elektronischem Wege die Rechnungen und Einfuhrbelege in Kopie beizufügen, wenn das Entgelt mindestens 1.000 € beträgt.

Inländische Unternehmer müssen den Antrag nun über ein Internet-Portal beim Bundeszentralamt für Steuern einreichen.

Der Vergütungsantrag ist bis spätestens 30.09. des Folgejahrs zu stellen.

Erfolgt die Auszahlung nicht innerhalb von 4 Monaten, wird der Betrag verzinst. **Verschenken Sie kein Geld!** Wir helfen gern beim neuen Verfahren.

### 3. Augen auf beim Hausverkauf!

Sie besitzen eine Immobilie und wollen diese steuerpflichtig (Option zur Umsatzsteuer) verkaufen?

Hier kann es zu einer sog. „Geschäftsveräußerung im Ganzen“ kommen!

Die Folge davon kann sein, dass Sie die Vorsteuer, die Sie aus dem Erwerb innerhalb der letzten 10 Jahre oder bei Instandhaltungen ab 2005, angerechnet haben, anteilig zurückzahlen müssen.

Da es bei Grundstücksgeschäften in der Regel um hohe Beträge geht, sollten Sie auch hier vorab rechtzeitig – also schon beim ersten Gedanken an einen Verkauf - steuerlichen Rat einholen!

### 4. Ausfuhrlieferungen

Ab dem 01.07.2009 sind Ausfuhrsendungen elektronisch anzumelden.

Dafür gibt es zwei Wege:

Bei der **Teilnehmereingabe** geben Sie Ihre Daten direkt in das IT-Verfahren ATLAS-Ausfuhr ein. Voraussetzung ist ein spezielles Computer-Programm (lohnt sich nur für Unternehmen mit vielen Auslandsbeziehungen). Die Anbieter finden Sie unter [www.zoll.de/atlas](http://www.zoll.de/atlas).

Im Rahmen der **Internet-Zollanmeldung** erfassen Sie die Daten einer Zollanmeldung unter der Adresse [www.ausfuhr.internetzollanmeldung.de](http://www.ausfuhr.internetzollanmeldung.de). Im Anschluss muss die Zollanmeldung **grundsätzlich** zweifach ausgedruckt, unterschrieben und bei der zuständigen Zollstelle vorgelegt werden.

Schon wieder ein „grundsätzlich“! Hier kommt es auf den Warenwert an!

Für Werte unter 1.000 € gibt es Erleichterungen, ab 3.000 € wird es (noch) komplizierter.

Geplant ist auch eine Änderung im Hotelgewerbe: Übernachtungen sollen nur noch mit 7 % Umsatzsteuer belegt werden. Das soll aber nicht für die Verpflegung gelten!

Um es noch mal zu betonen: Gerade im Bereich der Umsatzsteuer kommt es darauf an, vor dem Geschäft und der Rechnungsschreibung zu gestalten!

Fordern Sie uns!

## Die Patientenverfügung

**Bestimmen Sie jetzt, was passieren soll, wenn Sie nicht mehr selbst bestimmen können**

Auch wenn niemand von uns gerne darüber nachdenkt, was passiert wenn er/sie so schwer erkrankt, dass keine eigenen Entscheidungen mehr getroffen werden können. Sie tun nicht nur sich sondern auch Ihren Angehörigen einen großen Gefallen, wenn Sie sich jetzt mit diesem Thema auseinandersetzen!

Denn nur Sie können für sich entscheiden, ob Sie jegliche medizinische Möglichkeit zur Lebenserhaltung ausschöpfen oder darauf verzichten wollen, um jeden Preis hilflos an Apparate angeschlossen zu sein. Wenn es einmal zu spät ist, bürden Sie Ihren Liebsten eine schwere Entscheidung auf, die noch dazu nicht unbedingt in Ihrem Sinne ausfällt.

Doch mit einem einfachen Satz, vielleicht einmal mündlich geäußert, ist es nicht getan.

### Die Geschichte einer betroffenen Tochter

Der 76-jährige Vater fällt nach einer Bypass-Operation ins Koma und muss künstlich beatmet werden. Die Ärzte diagnostizieren den Hirntod. Die 81-jährige Mutter will das nicht wahrhaben und besteht darauf, dass ihr Mann – mit dem Sie schließlich über 50 Jahre verheiratet ist – künstlich am Leben erhalten wird. Jeden Tag besucht Sie ihn am Krankenbett und spricht mit ihm und gibt die Hoffnung nicht auf. Die Tochter leidet unter dieser Situation, denn der Vater hat ihr insgeheim immer wieder gesagt, dass er lieber in Würde sterben will als hilflos an solchen Apparaten angeschlossen zu sein.

Doch es gibt keine Patientenverfügung und so dauert es noch Monate, bis der Herrgott endlich ein Einsehen hat.

### Sie brauchen eine Patientenverfügung

Es handelt sich dabei um eine **vorsorgliche Willenserklärung**. Darin enthalten sind neben Wertvorstellungen und Wünschen insbesondere Anweisungen zu Behandlungsmaßnahmen. Diese können für **bestimmte medizinische Situationen** eingefordert, eingeschränkt oder auch völlig abgelehnt werden. Die Patientenverfügung wird wirksam, wenn der Betroffene **nicht mehr in der Lage** ist, seine notwendige **Zustimmung oder Ablehnung** zu Behandlungsmaßnahmen direkt kundzutun.

### Tipps zur Problemlösung

Immer wieder kommt es zu Schwierigkeiten im Umgang mit einer Patientenverfügung in der klinischen Praxis und ambulanten Versorgung.

1) Die Verfügung ist zu vage. Tipp: Sie müssen konkrete medizinische Fälle benennen, in denen Sie die Behandlungsmaßnahme ablehnen oder ihr zustimmen. Lassen Sie sich vorab auch **fachlich-medizinisch beraten**, denn wer von uns weiß schon mit den einzelnen Begrifflichkeiten umzugehen oder kennt die medizinischen Folgen, die z.B. die Einstellung einer künstlichen Ernährung hat.

2) Ärzte und Pflegepersonal sind selbst unsicher und nicht über die Rechtslage informiert.

Auch wenn eine Patientenverfügung schon sehr alt ist, kann der Arzt ihre Wirksamkeit in Frage stellen.

**Unser Tipp:** Überprüfen und aktualisieren Sie Ihre Patientenverfügung regelmäßig ca. alle zwei Jahre mit Datum und Unterschrift.

**Unstrittig ist: Eine konkrete, klare Patientenverfügung ist verbindlich.**

### Die Gesetzliche Regelung

Zum 1. September 2009 ist das Dritte Gesetz zur Änderung des Betreuungsrechts in Kraft getreten. Danach bleiben „alte“ Patientenverfügungen, die vor Inkrafttreten der gesetzlichen Regelung verfasst wurden, grundsätzlich auch nach der neuen Rechtslage wirksam.

Bitte beachten Sie aber, dass eine Patientenverfügung zukünftig nur dann wirksam ist, wenn sie schriftlich verfasst und von Ihnen eigenhändig durch Namensunterschrift oder durch ein notariell beglaubigtes Handzeichen unterzeichnet ist (eine Unterschriftsbeglaubigung oder notarielle Beurkundung der Patientenverfügung ist dagegen nicht zwingend vorgeschrieben)

Eine sehr gute Anleitung für die Erstellung einer Patientenverfügung bietet Ihnen die Internetseite des Bundesministeriums der Justiz – BMJ – dort sind konkrete Formulierungsbeispiele benannt.

[www.bmj.bund.de](http://www.bmj.bund.de) – Themen -Familienrecht – Patientenautonomie





## Kassenbuch führen – leicht gemacht

In den letzten Jahren ist bei den Betriebsprüfern vermehrt die Kassenführung in den Fokus ihrer Prüfungsschwerpunkte geraten. Immer wieder stellen wir fest, dass die Kasse – besonders bei Betrieben des Bargeldgewerbes – Mängel aufweist.

Leider hat der Gesetzgeber keine eindeutigen Vorschriften zur Kassenführung erlassen. Wie Sie eine Kasse genau zu führen haben, hat sich überwiegend aus Rechtsprechung und den allgemeinen Buchführungsvorschriften abgeleitet.

Die wesentlichen Voraussetzungen für eine ordnungsgemäße Kassenführung erfordern von Ihnen **klare, nachvollziehbare, vollständige und zeitnahe Aufzeichnungen**. Die Einnahmen und Ausgaben müssen Sie in ihrer tatsächlichen zeitlichen Reihenfolge aufschreiben. Außerdem müssen Sie jederzeit gewährleisten, dass der vorhandene Geldbestand mit den Aufzeichnungen übereinstimmt (=Kassensturzfähigkeit). Selbstverständlich dürfte sein, dass Sie die dazugehörigen Belege geordnet ablegen.



Einzutragen sind

- die Tageseinnahmen - getrennt nach Umsatzsteuersatz
- Geldtransfers vom Bankkonto
- Kreditkartenbewegungen - sofern in den Tageseinnahmen enthalten
- Betriebsausgaben
- private Ein- und Auszahlungen

Die klassischen Fehler einer Kassenführung sind das Kas- senminus, Additionsfehler, Z-Bons sind nicht fortlaufend nummeriert oder Umsätze werden gerundet eingetragen. Misstrauisch werden die Prüfer auch, wenn Sie hohe, ungeklärte Bargeldeinlagen tätigen, um Fehlbeträge auszugleichen. Ist Ihr regelmäßiger Bargeldbestand branchenunüblich hoch, läßt auch dies den Prüfer hellhörig werden.

Führen Sie die Kasse über **elektronische Systeme**, sind die Daten seit 2002 den Prüfern in elektronischer Form zu übergeben. Über statistische Methoden können manipulierte Zahlen leicht herausgefunden werden. Exceltabellen werden grundsätzlich nicht als Kassenbuch anerkannt, da nachträgliche Änderungen nicht nachvollziehbar dokumentiert werden. Zusätzlich müssen Sie die Organisationsanweisungen, Handbücher der Systeme, Bedienungs- und Programmieranleitungen und ggf. Preislisten aufbewahren.

Verletzen Sie die oben dargestellten Grundsätze, liegt ein Mangel vor. Die Folge kann sein, dass der Fiskus eine entsprechende **Schätzung** vornimmt. Diese fällt für Sie in der Regel immer ungünstig aus. Das Finanzamt kann mit einem **Zwangsgeld** (bis € 25.000) die ordnungsgemäße Durchführung erzwingen. Unter Umständen wird sogar eine leichtfertige Steuerverkürzung bzw. eine Steuerhinterziehung angenommen.

Sind in Ihrem Betrieb keine Registrierkassen im Einsatz, bietet sich die Aufzeichnung anhand eines **Kassenberichts** an. Ausgangsgröße ist der Geldbestand am Tagesende unter Berücksichtigung aller Bargeldbewegungen des Tages. Der Umsatz ist die letzte Position. So könnte Ihr Kassenbericht aussehen:

- + Tagesendbestand (abgezählt)
- + Barausgaben (z.B. Porto, Benzin, Büroartikel)
- + Barentnahmen für das betriebliche Bankkonto
- ./. Bareinlagen vom betrieblichen Bankkonto
- + Privatentnahmen
- ./. Privateinlagen
- ./. Kassenbestand Vortag
- = Barumsatz des Tages

Eine ausführliche Anleitung zur Kassenführung erhalten Sie auf Anfrage in unserer Kanzlei!

## Bringen Sie Ihr Unternehmen auf Kurs 2010 – oder warum Sie mit Planung besser steuern



Je härter die Zeiten, desto wichtiger ist es, den Unternehmenskurs festzulegen. Konnten es sich früher Unternehmer noch leisten, „aus dem Bauch“ heraus, d.h. nur mit dem Blick auf den aktuellen Kontostand die Finanzen zu regeln, kann das heutzutage fatale Folgen haben. Wenn sicher geglaubte Aufträge plötzlich storniert werden oder das übliche Saisongeschäft ausbleibt, geraten sogar solvente Unternehmen inzwischen ganz leicht ins Trudeln, weil so schnell kein Ausgleich geschaffen werden kann oder der Geduldsfaden der Gläubiger reißt.

Bauen Sie deshalb vor und planen Sie **vorausschauend**. Kalkulieren Sie dabei sowohl positive wie auch negative Szenarien mit ein, dann werden Sie nicht so leicht überrascht und können sich rechtzeitig Handlungsalternativen überlegen.

Doch auch für **flourierende Unternehmen** lohnt es sich, das Jahr 2010 zu planen. Denn wer plant, steigert – fast zwangsläufig – den Erfolg. Ein Unternehmen ohne Planung zu führen, ist wie ein Auto mit angezogener Handbremse zu fahren – Sie erreichen nie die volle Leistung.

Ein Vergleich mit dem Sport zeigt das anschaulich:

Leistungssportler wie Hochspringer trainieren und verbessern ständig ihre Techniken. Sie trainieren nach einem genau vorgegebenen Trainingsplan, lassen sich von ihrem Coach Schwachpunkte aufzeigen und arbeiten gezielt an ihren Stärken. Und sie haben immer ein Ziel direkt vor Augen: die Latte, die sie überspringen wollen. Zwischenzeitlich werden bei den Männern Höhen bis zu 2,40 m übersprungen.

In einem Experiment unter Wettkampfbedingungen wurde getestet, welche Höhe die Springer springen, wenn die Hochsprunglatte fehlt. Das bemerkenswerte Ergebnis war, dass die Leistungen ohne das „Ziel“ um bis zu 20 % unter den Ergebnissen mit „Ziel“ lagen.

Das bedeutet, dass sie ohne **Messlatte** nicht einmal das normale **Leistungsniveau** erreichen. Übertragen auf Ihr Unternehmen bedeutet das, dass Sie mit einer realistischen Unternehmensplanung überhaupt erst Ihr wahres Leistungspotential ausschöpfen und ohne schlichtweg unter Ihren Möglichkeiten bleiben.

- S** wie Spezifisch: Formulieren Sie konkret und schriftlich
- M** wie Messbar: Legen Sie Erfolgs-Kennzahlen fest, an denen Sie sich messen können
- A** wie Abgestimmt: Beziehen Sie Ihr Umfeld mit ein
- R** wie Realistisch: Prüfen Sie, ob das Ziel auch erreichbar ist
- T** wie Terminiert: Legen Sie einen Termin fest, bis wann Sie das Ziel erreicht haben wollen

Entscheidend dabei ist, die Ziele **SMART** zu formulieren. Diese fünf Buchstaben stehen für:

Es genügt also nicht, für 2010 die Parole auszurufen: wenn wir den Umsatz halten, sind wir zufrieden. Es geht darum, konkret zu überlegen, was Sie in punkto Umsatz, Gewinn, Liquidität und Kosten erzielen wollen und können. Und dafür entsprechende Messlatten, also **Kennzahlen** festzulegen und regelmäßig zu überprüfen.

Die Liquidität, der Forderungsbestand und die kalkulatorischen Kosten sind beispielsweise lohnenswerte Ziele, die Sie planen, beobachten und steuern sollten.

Als „**Unternehmenscoach**“ können wir Sie dafür natürlich mit dem Basis-Zahlenwerk versorgen. Aber viel wichtiger: auch bei Planungs- und Prognoseberechnungen werfen wir mit Ihnen einen Blick in die Zukunft und entwerfen Alternativen.

Sprechen Sie uns einfach an. Gern unterstützen wir Sie bei Ihrem Kurs 2010.

## Dabei sein ist alles – oder gibt es da noch mehr? Wissenswertes über Social Media und Web-Marketing

Es ist das Buzzword\* der Web 2.0-Generation - Social Media. Überall „socialt“ es in diesen Tagen: Auf dem Microblogging-Kanal Twitter, der Video-Community YouTube, auf dem größten sozialen Netzwerk der Welt, Facebook, oder seinen Ablegern wie StudiVZ, wer-kennt-wen und so weiter. Doch was macht Social Media nun tatsächlich aus? Wie können Sie das für ihr Unternehmen nutzen?

Die Idee ist so alt wie das Internet selbst: **Vernetzung**, soweit die Verbindungen reichen – das ist das Internet. Einige Jahre ist es her, dass dank immer schnelleren DSL-Verbindungen eine zweite Welle das Web erreichte: Fotos und Videos konnten leichter miteinander getauscht werden, die Bereitschaft zur Vernetzung mit Freunden, Bekannten oder auch Fremden nahm schlagartig zu – das Web 2.0, auch **Mitmach-Web** genannt, wurde geboren.

In den zahlreichen Social Networks tummeln sich Ihre potentiellen Kunden. Das Internet ist schon lange nicht mehr das ausschliessliche Medium der Twens und Teenies. Immer mehr **altersunabhängige Interessengruppen** schließen sich in Communities zusammen und tauschen ihre Erfahrungen aus. Suchen Sie gezielt nach solchen Gruppen, in denen Ihre Zielkunden zu Hause sind. Und beteiligen Sie sich dann als **Experte**. Für Unternehmer interessant sind beispielsweise [www.xing.com](http://www.xing.com), [www.mycorners.de](http://www.mycorners.de) oder [www.theweps.com](http://www.theweps.com).

Eine erfolgversprechende Strategie kommt allerdings nicht ohne die **Verknüpfung** verschiedener Social Media Anwendungen aus. Verknüpfungen wie Twitter mit Facebook, LinkedIn/Xing mit dem Unternehmens-Blog und die Verwendung von Twitter-Tools im Blog sorgen für einen guten Zugang zu den eigenen Inhalten und deren Verbreitung. Je mehr Verlinkungen Sie nutzen, desto höher werden Sie bei den Suchmaschinen gelistet – desto eher werden Sie also gefunden.

Die Kunden, die Social Media und das Internet gewohnt sind, nutzen es, um den **Erstkontakt** mit den Unternehmen herzustellen. Der erste Eindruck ist also wichtig. Können Sie hier punkten, informieren sich Kunden darüber, wie aktiv Sie im Internet sind. Xing, Blogs, Twitter oder Facebook werden abgesehen. Wer mit einem guten Twitteraccount an den Start geht, ab und zu bloggt oder Gastbeiträge für renommierte Magazine schreibt, der positioniert sich als Experte auf dem Markt – und wird für Interessenten attraktiv.

**Gastbeitrag von Dominic Multerer**, vom Handelsblatt Ende 2008 zu Deutschlands jüngstem Marketing-Chef ernannt. Er betreut mit 17 Jahren national sowie international tätige Unternehmen bei der Ausrichtung des Marketing-Mix. Sein unternehmerisches Know-How holt er sich dabei bei seiner Ausbildung zum Steuerfachangestellten.



2009 hat er die Firma Multerer Consulting gegründet, mit der er sich auf den Bereich Onlinevermarktung und Optimierung der Corporate Identity spezialisiert hat. Dabei legt das mittelhessische Unternehmen viel Wert auf die kontinuierliche Entwicklung von Marketingtechniken, individuelle Beratung und messbare Erfolge.

# WEB 2.0

\*Wörterbuch Internet-Deutsch

Account – Benutzerkonto

Apps – Abkürzung für Applications, spezielle Zusatzfunktionen für Handys wie das iPhone

Blog – öffentlich geführtes Tagebuch /Journal

Buzzword – Schlagwort

Community – Internet-Gemeinde, Plattform auf der sich Interessensgruppen miteinander vernetzen

Micro Blogging – Tagebuch in Kurzform mit max. 160 Zeichen (z. B. Twitter)

News Feed – Nachrichtenticker

Posting – Beiträge in Foren oder Blogs

Social Media – Soziale Medien, Netzwerke

Thread - Eine Folge von Postings, die in Form von Diskussionsbeiträgen hierarchisch organisiert sind,

## Das Kreditgespräch – Horror oder Heimspiel?

**In einer dreiteiligen Serie „lotsen“ wir Sie durch die Untiefen des Bankgespräches!**

### Teil 1: Die sieben Grundregeln

1. **Die Bank als Partner!** Sie sind beileibe kein Bittsteller, aber meist auch nicht der Kunde, der seiner Bank die Bedingungen der Zusammenarbeit diktieren kann. Verhandlung auf Augenhöhe heißt daher die Devise!
2. **Reden ist Gold!** Informieren Sie Ihre Bank regelmäßig aktiv über Ihr Unternehmen. Wenn Sie einen Termin vereinbaren, sagen Sie gleich dazu, worum es geht und wie viel Zeit Ihr Bankberater einplanen soll. Vergessen Sie den „Small Talk“ nicht. Der „Faktor Mensch“ zählt doch immer noch.
3. **Zeit ist Geld!** Und das ist hier wörtlich zu nehmen: Nur wer sich Zeit nimmt, bekommt Geld! Bereiten Sie den Termin vor: Was wollen Sie von der Bank? Welche Argumente können Sie für Ihre Position vorbringen? Welche Gegenargumente könnte die Bank bringen? Gehen Sie mit einer genauen „Agenda“ – also einer Tagesordnung – ins Gespräch.
4. **Perfekte Unterlagen sind die Basis!** Die der Bank überlassenen Unterlagen sollten vollständig und verständlich sein. Und zwar nicht nur für Ihren Sachbearbeiter. Ihre Bank ist verpflichtet, die Bereiche Kundenkontakt und Kreditsachbearbeitung zu trennen. Ihren eigentlichen Sachbearbeiter bekommen Sie also gar nicht zu Gesicht (Ihr Kundenbetreuer übrigens ebenfalls nicht). (Zum Umfang der notwendigen Unterlagen lesen Sie Teil 3 unserer Serie)
5. **Wissen ist Macht!** Kennen Sie Ihr Rating, also die Risikoeinstufung aus Sicht der Bank? Sollten Sie! Diese Einstufung beeinflusst den Verhandlungsspielraum der Bank erheblich. Selbst die Kreditkonditionen hängen davon ab! Fragen Sie also nach oder beauftragen sie Ihren Steuerberater damit, Ihr Rating im Auge zu behalten.
6. **Das Team ist das Geheimnis des Erfolges!** Führen Sie wichtige Gespräche nie allein! Nehmen Sie Ihren Steuerberater oder Ihren Unternehmensberater mit. Lassen Sie sich von Ihrem Ehegatten oder einem sachkundigen Mitarbeiter begleiten. Gerade bei schwierigen oder kontroversen Gesprächen sollten Sie die Hilfe eines professionellen Beraters in Anspruch nehmen, damit das Gespräch auf der Sachebene bleibt. Sollte es dennoch zu Konfliktsituationen kommen, vertagen Sie das Gespräch oder machen Sie zumindest eine Pause – beide Seiten haben so Zeit, sich neu zu ordnen.
7. **Konditionen sind Verhandlungssache!** Es ist beileibe keine Schande, über Konditionen zu verhandeln!

Die Refinanzierung der Kreditinstitute ist jedoch unterschiedlich. Beachten Sie hier, dass der billigste Anbieter nicht unbedingt der preiswerteste ist.

Denken Sie langfristig - die Erfahrung zeigt: Service, Kundennähe und solide Beratung sind durchaus bis zu 0,5 % Zinsdifferenz wert.

**Der Kunde ist König, aber die Monarchie ist abgeschafft!**

Lesen Sie in den nächsten Ausgaben des Lotsen:

Teil 2: Die sieben Bausteine der optimalen Zusammenarbeit  
Teil 3: Sieben Tipps zu perfekten Unterlagen





## Employer Branding – Arbeitgebermarke

Die Idee und damit der Begriff „Employer Branding – Arbeitgebermarke“ ist Ende der 90er Jahre entstanden. Ursache war der zunehmende Mangel an talentierten und qualifizierten Fach- und Führungskräften.

Trotz Wirtschaftskrise erlebt Deutschland nach wie vor einen tiefgreifenden demographischen Wandel. Für die kommende Aufschwungphase werden die Unternehmen dies deutlich merken, wenn es darum geht die passenden Mitarbeiter/innen für sich zu gewinnen.

Laut dem Institut der deutschen Wirtschaft in Köln (siehe dazu auch unter: <http://www.ochel-consulting.de/zeitbombe-generationenwechsel/>) fehlen in den nächsten fünf Jahren ca. 220.000 Ingenieure, Techniker und Naturwissenschaftler.

Wenn der Wettbewerb um die Besten wieder los geht, haben diejenigen Unternehmen erhebliche Vorteile, die sich eine positive Arbeitgebermarke geschaffen haben.

Schwierigkeiten bereitet es besonders den Unternehmen, die erst jetzt beginnen sich mit dem Thema „Arbeitgebermarke“ zu beschäftigen.

Wirkungsbereiche der Arbeitgebermarke:

- Mitarbeitergewinnung (Recruiting)
- Mitarbeiterbindung (Retention)
- Unternehmenskultur (Corporate Culture)
- Performance und Talent Management
- Unternehmensimage/-marke

Einflussfaktoren die beim Aufbau der Arbeitgebermarke von Bedeutung sind:

- Identität und Werte des Unternehmens
- Stärken des Unternehmens als Arbeitgeber (neben dem Gehalt, Karrieremöglichkeiten, Unternehmenskultur, Attraktivität der Produkte, flexible Arbeitszeitmodelle, Weiterbildungsmöglichkeiten, Kinderbetreuung, Kooperation mit Schulen, Duales Studium etc.)
- Einstellungen und Werte sowie gestiegene Anforderungen und Bedürfnisse potentieller Arbeitnehmer zu diesen Punkten (dem Gehalt, Karrieremöglichkeiten, Unternehmenskultur, Attraktivität der Produkte, flexible Arbeitszeitmodelle, Weiterbildungsmöglichkeiten, Kinderbetreuung, Kooperation mit Schulen, Duales Studium, Work-Life-Balance etc.)
- Integrität der Arbeitgebermarke (kommunizierte, jedoch nicht vorhandene Eigenschaften und/oder Leistungen können ggf. genau das Gegenteil bewirken)
- aktuelles Image des Unternehmens als Arbeitgeber
- Stärken der Arbeitgebermarken aller anderen Unternehmen im Arbeitsmarkt

Gerade in der aktuellen Wirtschaftskrise haben jedoch Werte wie Arbeitsplatzsicherheit und Weiterbildungsangebote eine besondere Bedeutung.

### Gastbeitrag von Detlef Ochel - Ochel Consulting

Personalberatung und Vermittlung - [www.ochel-consulting.de](http://www.ochel-consulting.de) - Netphen

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

Rund 50 Kanzleien haben sich bundesweit in diesem Netzwerk zusammengeschlossen, um Erfahrungen auszutauschen und Kompetenzen für die Mandanten zu bündeln.

Steuerberatungskanzleien bei delfi-net

- \* sind konsequent kundenorientiert
- \* haben einen hohen Qualitätsanspruch
- \* arbeiten intensiv an der ständigen Verbesserung ihrer Praxis
- \* schätzen den offenen Austausch mit Kollegen und sind bereit, ständig dazuzulernen
- \* zeichnen sich aus durch Offenheit, Fairness und Achtung gegenüber Geschäftspartnern und Mitarbeitern



**RÜDIGER STAHL**  
STEUERBERATER | DIPL.-BETRIEBSWIRT

Albert-Irle-Str. 6  
57250 Netphen-Deuz

Fon: 02737 / 2161730  
Fax: 02737 / 21617319

[info@ruediger-stahl.de](mailto:info@ruediger-stahl.de)  
[www.ruediger-stahl.de](http://www.ruediger-stahl.de)

Wir wünschen unseren Mandanten fröhliche Weihnachten und einen guten Rutsch ins neue Jahr 2010 und bedanken uns für die gute Zusammenarbeit.



**Impressum:**

Herausgegeben als Gemeinschaftsarbeit der delfi-net Steuerberatungskanzleien  
Copyright: delfi-net - Netzwerk zukunftsorientierter Steuerberater - [www.delfi-net.de](http://www.delfi-net.de)  
Gestaltung: Erwin Hamatschek  
Fotos: [www.ingrampublishing.com](http://www.ingrampublishing.com), [www.fotolia.de](http://www.fotolia.de)

**Hinweis:**

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