

Erfolgsstrategien

Pläne für die Zukunft schmieden

Die Wirtschaftsprognosen für das erste Halbjahr 2009 sehen düster aus, in ganz Europa herrscht Rezession. Auch bei manchen Mandanten sind Auswirkungen bereits spürbar. Obwohl die meisten Steuerberater aber von der Krise noch kaum betroffen sind, empfehlen ihnen Kanzleiberater, gerade jetzt ihre eigene Aufstellung kritisch zu betrachten. Was vielen Berufsträgern noch fehlt, sind verbindliche Zukunftsstrategien.



„Was uns im Berufsstand erwartet, wird richtig heftig. Diese Wirtschaftskrise wird demzufolge ein Echtttest, ob wir uns mit unseren Kanzleien auf dem richtigen Weg befinden“, meint StB/WP Gunther Hübner aus Wien. Seit über 60 Jahren ist die Hübner & Hübner Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft im mittelständischen Bereich tätig. „Wir haben unsere Aktivitäten kontinuierlich auf den zentraleuropäischen Raum erweitert. Und unsere Strategie heißt nach wie vor Expansion. Aber manche Klientenprojekte werden nun gestoppt“, sagt der Österreicher.

Hübner skizziert seine Pläne: „Die meisten Steuerberater sind hochnervös. Die Arbeit nimmt zu, aber der Honorardruck wächst. Krisenmaßnahmen werden stärker nachgefragt und neue Geschäftsfelder rund um die Strategieberatung brechen ein.“ Darum will sich der expansionsfreudige Wiener wieder auf die klassischen Tugenden seriöser Steuerberatung besinnen.

Seine Lösung: Abonnements kündigen, Dauerträge checken, EDV-Lizenzen nachverhandeln, Marketingmaßnahmen zurückfahren und Mandanten in gefährdeten Branchen kritisch begutachten. Es gelte die Prozesse

und Standards zu überprüfen. „2009 ist das Jahr, um Ordnung zu schaffen. Wir waren in den guten Jahren sehr großzügig und haben Speck angesetzt. Jetzt werden Überstunden reduziert, auf Statussymbole verzichtet und Papier und Druckerpatronen eben auch mal selbst ausgewechselt“, erklärt Hübner.

Andere Kanzleien reagieren moderater auf die Wirtschaftslage. „Sicher wird die Liquidität schlechter und mancher Mandant bricht durch Insolvenz weg. Aber die Steuerberater wird das erst mit Verzögerung erreichen“, meint Klaus Knorr, Kanzleiberater aus dem hessischen Bad Vilbel. Dennoch warnt er

vor einem psychologischen Problem: „Wenn Chefs plötzlich fürchterlich anfangen zu sparen, führt das bei Mitarbeitern zu einer Erstarrung. Und mit Zukunftsangst kann niemand gute Leistungen vollbringen.“ Deswegen empfiehlt Knorr in seinen Kanzleiführungsseminaren die „offene“ Kommunikation. Die Mitarbeiter sollten wissen, wie es um die Kanzlei steht und gemeinsam überlegen, wie sich alles zum Guten wenden lässt. Mitarbeiter bei der Finanzbuchhaltung könnten schneller Frühindikatoren einer bevorstehenden Krise erkennen oder sich spezielle Branchenkenntnisse aneignen und gemeinsam neue Dienstleistungen aufbauen.

„Steuerberater verschenken bei der Mitarbeiterführung sehr viel Potenzial. Zudem werden fatalerweise oft fachlich gute Leute in die mittlere Führungsebene gehoben, die allerdings Schwierigkeiten im zwischenmenschlichen Umgang haben. Aber das ist ein grundsätzliches Problem, nicht nur jetzt in der Wirtschaftskrise“, erklärt Knorr.

StB Peter Strumberger aus München bestätigt dies: „Ohne das Einbeziehen der Mitarbeiter geht gar nichts. Es nützt gar nichts, wenn die Kanzleileitung nach einer Woche Strategie-Workshop zurückkommt, viel Staub aufwirbelt, alle verschreckt die Köpfe einziehen und entsprechend der bisherigen Erfahrungen darauf warten, dass alles bald wieder wie gewohnt abläuft.“

Anpassung an verändertes Umfeld notwendig

Nur in einer Kultur, die sich ständig entwickelt, kann sich ein Unternehmen einem veränderten Umfeld anpassen und überleben, predigen Kanzleiberater. „Es ist eine kontinuierliche Balance zwischen Stabilität und Instabilität für die es keine pauschalen Lösungen gibt. Denn jede Kanzlei muss für sich selbst herausfinden, was ihr Ding ist. Und jeder Inhaber muss sich entscheiden, ob er allein Steuerberater bleiben will, oder ob er als Steuerberater Unternehmer wird, der sich dann aber auch um alle unternehmerischen Aufgaben wie Mitarbeiterführung, Marketing und Produktentwicklung kümmern muss“, erklärt Strumberger. Er selbst habe sich in den vergangenen 18 Jahren immer wieder Veränderungsprozessen unterworfen und beispielsweise noch eine Ausbildung zum Assessor und Fachauditor für Qualitätsmanagement absolviert. Heute sieht er sich eher als Unternehmerberater denn als Steuerberater und bietet auch Lehrgänge für den erfolgreichen Umgang mit der Krise an.

Kanzleiberaterin Angela Hamatschek aus dem bayerischen Kleinkahl reagiert auf Verände-

rungsprozesse auch innerhalb des Steuerberater-Netzwerks delfi-net, bei dem sie Mitglied ist: „Wir diskutieren regelmäßig strategische Themen und fragen uns: Passt unsere Gesamtstrategie noch in die heutige Wirtschaftswelt, selbst im ungünstigsten Fall?“

Unterpunkte der jeweiligen Zielvorstellungen in der Steuerkanzlei, so Hamatschek, wären etwa die Entwicklung neuer Dienstleistungen, die Erstellung eines Liquiditätsplans, Mitarbeiterschulungen, neue Geschäftsfelder und Spezialisierungen. Ebenso sollte entschieden werden, ob sich die Kanzlei im Hinblick auf ihre Mandanten breiter aufstellt oder aber auf bestimmte Zielgruppen spezialisiert. All das finde Niederschlag in der täglichen Tätigkeit der Mitarbeiter, Inhaber und Partner, so Hamatschek. Für solche Erkenntnisse bedarf es aber eigentlich keiner Wirtschaftskrise, „doch oftmals sind Krisen notwendig, um einzusehen, dass ich wirklich etwas ändern muss“, erklärt Managementberater Dieter Baumert. Der Inhaber der Kölner Beratungsgesellschaft für Anwälte, Wirtschaftsprüfer,

Unternehmensberater und Steuerberater (AWUS) führt Studien durch. Dazu zählt auch die Studie „Turning strategy talk into results“, die er für das Institut für angewandtes Wissen e.V. in Köln 2007 durchgeführt hat.

Die Studie dokumentiert Diskrepanzen zwischen Realität und Wunschenken der befragten 56 Steuerberatungs- und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften: 65 Prozent der Teilnehmer gaben an, keine Strategie für die nächsten drei bis fünf Jahre zu haben, obwohl 85 Prozent eine verbindliche Zielsetzung für die Kanzlei als wichtig einstufen. „Die Ursache der fehlenden Ausrichtung liegt oft schon am Beginn, bei der Gründung der Kanzlei“, erklärt Baumert. Seit 1997 berät er Rechtsanwaltskanzleien und freiberufliche Unternehmen wie Wirtschaftskanzleien, sogenannte „Professional Service Firms“. Nach seiner Erfahrung nehmen selbst nach Jahren viele Berater immer noch Mandanten an, die nicht zu ihrer Strategie passen – bis weder Strategie noch Standards mehr zu erkennen sind.

» Checkliste: Zukunftssicherung der Kanzlei

Dipl.-Ing. Dieter Baumert, Inhaber der „Beratungsgesellschaft für Anwälte, Wirtschaftsprüfer, Unternehmensberater und Steuerberater“ hat folgenden Kriterienkatalog zusammengestellt.

1. Gibt es marktbezogene, messbare und verbindliche Zielvereinbarungen für Sie und Ihren Partner?
2. Haben Sie entsprechende Aktionspläne formuliert?
3. Ist die Führungsstruktur sowie das Vergütungs- und Gewinnverteilungsmodell an die strategischen Ziele gekoppelt?
4. Existieren geeignete, periodische Umsetzungsformen und Kontrollinstrumente zur Strategieumsetzung?
5. Sind Sie bezüglich Trends und Entwicklungen in Wirtschaft und Technologie Ihren Mandanten stets einen Schritt voraus?
6. Kooperieren Sie mit Netzwerken und anderen Steuerberatern?
7. Bleiben Sie trotz Ihrer Spezialisierung auf bestimmte Themen und Branchen flexibel genug, um sich Marktentwicklungen anzupassen?
8. Inwieweit entwickeln Sie regelmäßig innovative Beratungsprodukte und Dienstleistungen?
9. Wann haben Sie zuletzt eine flächendeckende Mandantenbefragung durchgeführt?

Quelle: Dieter Baumert

60 Prozent der Kanzleien, so Baumerts Studie, haben sich mit speziellen Zielgruppen auseinandergesetzt, nur 40 Prozent verfügen aber über ein konkretes Branchenprofil. Obwohl lediglich 43 Prozent systematisch Akquise betreiben, denken 91 Prozent darüber nach, ihre Akquisetätigkeiten zu erweitern. „Strategiefestlegung heißt Verzicht auf Leistungsangebote. Und Strategieumsetzung heißt Akquisition sowie Kampf um Marktanteile“, erklärt Baumert.

Ausschlaggebend für den langfristigen Erfolg sei auch die Beraterpersönlichkeit. „Vertrauensaufbau geschieht dabei nicht durch Titel, sondern vor allem auf der Beziehungsebene“, so Baumert. Das sei entschei-

dend, denn der Verdrängungswettbewerb unter den Steuerberatern nehme durch die steigende Zahl der Berufsträger und der Insolvenzen auf Mandantenseite zu. Selbst wenn die Zahl der Berufsträger nach den statistischen Erhebungen der BStBK mit 1,8 Prozent 2008 im Vergleich zum Vorjahr nur moderat wächst, ist Baumert überzeugt: „Der Anteil am Kuchen pro Berater sinkt. Regulierte Märkte werden weiter dereguliert und liberalisiert. Kein Beratungshaus kann sich auf seine erreichte Marktposition oder seine gefundene Nische verlassen.“

Gemessen werde Erfolg einzig an der Maßeinheit „Gewinn pro Partner“. Dafür seien, so Baumert, die Tugenden Mut, Disziplin und

Entschlossenheit notwendig. Hinzu käme auch der Mut, sich von Partnern zu trennen, die nicht über ein notwendiges Akquisepotenzial verfügen. Die strategische Planung liege, so der Kölner Berater, in der Lösung von Problemen und der Umsetzung der vereinbarten Strategie. Nur die aktiven Berufsträger würden davon profitieren.

Steuerberater wollen Ziele mit EDV-Programmen erreichen

Viele Steuerberater versuchen, ihre Ziele mit EDV-Programmen umzusetzen. „Die IT-Infrastruktur, Verwaltungs-Software und fachliche Weiterbildung sind heilige Kühe“, weiß Robert Hebler, Inhaber der Kanzleiberatung



StB Dagmar Kayser-Passmann

ist Dipl. Finanzwirtin und führt die elfköpfige Passmann Treuhandgesellschaft mbH Steuerberatungsgesellschaft im nordrhein-westfälischen Unna, die sich auf Heilberufe konzentriert hat.

E-Mail: info@passmann-gmbh.de

SteuerConsultant: Seit 1968 haben Sie sich auf das Gesundheitswesen konzentriert. Denken Sie in der derzeitigen Wirtschaftskrise daran, Ihre Strategie zu ändern?

Dagmar Kayser-Passmann: Nein, eine radikale Änderung ist für uns nicht notwendig. Wir haben uns 2008 einer Zertifizierung bezüglich unserer Spezialisierung auf Heil-

Interview

„Spezialisierung und die richtigen Kontakte“

Die Steuerberatungsgesellschaft Passmann GmbH aus Unna in Nordrhein-Westfalen hat elf Angestellte und konzentriert sich seit 1968 auf Mandanten aus dem Gesundheitswesen. Kanzleihinhaberin StB Dagmar Kayser-Passmann ist zudem Geschäftsführerin von Metax, einem bundesweiten Verbund unabhängiger Steuerberater, der sich seit Jahren auf die Beratung von Ärzten, Zahnärzten und Gesundheitszentren spezialisiert hat.

berufe unterworfen. Es ist bereits die zweite Zertifizierung, die erste war 2006. Natürlich stellte sich dabei auch die Frage, ob es in der Gesundheitsbranche Risiken gibt. Einige Umsätze werden zwar wegbrechen, andere Fachgruppen wiederum von den Änderungen profitieren. Die Kanzlei wird also aller Voraussicht nach nicht von Honorareinbrüchen betroffen sein.

SteuerConsultant: Wie kam es zu Ihrer Spezialisierung?

Dagmar Kayser-Passmann: Die Kanzlei ist 1968 aus der privatärztlichen Verrechnungsstelle Westfalen-Lippe heraus gegründet worden. Mein Mann, Gerd Passmann, war dort zunächst angestellter Leiter der Steuerstelle, wurde aber nach Umstrukturierungsmaßnahmen ausgegliedert und machte sich dann selbstständig.

Zwischendurch, in den 80er-Jahren haben wir uns gefragt, wie wir uns strategisch aus-

richten wollen. Wir besannen uns auf unser Kerngeschäft und konzentrierten 1992 und 1993 unser Geschäft konsequent wieder auf Ärzte und Heilberufe. Und wir begannen entsprechende Kooperationspartner zu finden.

SteuerConsultant: Wie wichtig sind Ihnen passende Kooperationspartner?

Dagmar Kayser-Passmann: Als Einzelkämpfer kann man heute nicht mehr bestehen. Es ist schwer, allein steuerlich stets auf dem aktuellsten Stand zu bleiben und zudem noch umfangreiche Unternehmensberatung anzubieten. Am Ball zu bleiben klappt nur im Netzwerk. Denn es wird immer neue Fragen geben, auf die man bisher noch keine Antwort hatte. Unserem Netzwerk Metax hingegen gehören etwa 70 Steuerberater an, die auf Gesundheitsthemen spezialisiert sind. Die Chance, dass ein Kollege bereits einen ähnlichen Fall in der Praxis gelöst hat und helfen kann, ist groß.

Circula im hessischen Büdingen. Er schult Steuerberater in puncto Prozessmanagement und Potenzialentwicklung. Daneben bietet er seinen Kunden Seminare zum Thema „Kanzleiwerkstatt“ an, schult sie in den Bereichen Moderation, Vortrag, Qualitätsmanagement-impulse und im Coaching.

Aber auch die Kanzlei-Softwarehäuser bieten ihren Kunden, den Steuerberatern, Unterstützung an und setzen, wie etwa die Schleupen AG, auf externe Beratungsleistung. „Unser Consulting- und Trainingsangebot besteht aus drei Bausteinen. Erstens der Fach- und Programmschulung in regionalen und örtlichen Seminaren sowie in der Kanzlei zum optimalen Einsatz der von Schleupen angebotenen

Programme. Zweitens die kanzleiindividuelle Beratung zur Datenverarbeitungs- und Kanzleiorganisation, und drittens die besondere Beratung zum Qualitäts- und Prozessmanagement in der Kanzlei, die wir mit Kooperationspartnern durchführen“, erzählt Christoph Cornides, Bereichsleiter Produktmarketing für Steuerberater bei der Schleupen AG. Von besonderer Bedeutung, so Cornides, seien für Mandanten der Steuerberater derzeit Controlling- und Planungsreports für das Bankengespräch, mandantenindividuelle Kennziffern mit Branchenvergleichszahlen zur Unternehmensführung, aber auch eine vorausschauende Steuerplanung oder das Thema Risikomanagement.

SteuerConsultant: Besteht in Ihrem Netzwerk nicht auch die Gefahr, übervorteilt zu werden?

Dagmar Kayser-Passmann: Grundsätzlich nein, denn wir haben klare Regeln. Zudem sind alle Kanzleien in unserem Verbund zertifiziert, was zeigt, dass die angeschlossenen Kanzleien stabil aufgestellt sind. Und bei uns haben nur Steuerberater eine Chance, die die Aufnahmekriterien erfüllen.

Wir könnten es uns zum Beispiel zeitlich nicht leisten, branchenfremde Kollegen mit aufzubauen. Nur wenn ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Geben und Nehmen herrscht, funktioniert unser Miteinander.

SteuerConsultant: Gibt es neben diesem Wissensvorsprung weitere Verbindlichkeiten und Vorteile einer Mitgliedschaft?

Dagmar Kayser-Passmann: Es gibt Monatsbeiträge, und neue Mitglieder müssen sich zunächst für mindestens zwei Jahre verpflichten. Das gibt ihnen die Motivation mitzumachen. Angelegt ist die Zusammenarbeit jedoch auf lange Zeit. Im Gegenzug erhalten die Mitglieder alle zwei Wochen über eine mit einem Passwort geschützte Plattform aktuelle höchstrichterliche Urteile, aber auch Fachartikel für ihre Mandanten, Dokumente zum Runterladen und die Möglichkeit, virtuell eine Diskussion anzustoßen.

Zudem gibt es regelmäßige Fachtagungen, unseren monatlichen Rundbrief „Intime“, die Verpflichtung, an den zwei Mal jährlich stattfindenden Fortbildungen teilzunehmen, Arbeitskreise, Tagungen der Qualitätsmanagementbeauftragten, Partnertagungen und den Vorteil der „Einkaufsgemeinschaft“.

SteuerConsultant: Das sind vielfältige Angebote. Nutzen Sie das alles überhaupt?

Dagmar Kayser-Passmann: Fortbildung der Fortbildung wegen macht keinen Sinn. Wir schicken unsere Mitarbeiter nur zielgerichtet dorthin, zum Beispiel den Finanzbuchhalter zum Fibu-Seminar.

Andererseits gibt es über dieses Netzwerk auch die Möglichkeit, in sehr alte, etablierte Strukturen zu kommen, die sonst nur schwer zugänglich sind. So werden Metax-Mitglieder beispielsweise gern als Experten für Fachpublikationen angefragt.

SteuerConsultant: Gibt es noch weitere Kooperationen, von denen Sie profitieren?

Dagmar Kayser-Passmann: Wir arbeiten beispielsweise seit knapp acht Jahren mit einem Makler zusammen, der ausschließlich Tiermediziner betreut. Man empfiehlt sich gegenseitig. Bei uns macht sich dabei unsere langjährige Erfahrung bei Praxisgründungen und der Finanzierung bezahlt.

SteuerConsultant: Nach 40 Jahren sind einige Ihrer Mandanten sicherlich schon pensioniert. Um dem entgegenzuwirken, müssen Sie im Laufe der Zeit immer wieder neue Mandate akquiriert haben, oder?

Dagmar Kayser-Passmann: Das ist richtig. Wir sind eine kopflastige Kanzlei mit vier Führungskräften und sechs Mitarbeitern, sodass jeder Mandant sicher sein kann, sehr professionell beraten zu werden.



Petra Uhe

ist freie Journalistin, Redakteurin und Inhaberin eines Medienbüros.

E-Mail:

info@petra-uhe.com,
www.petra-uhe.com

Viele der befragten Steuerberater und Wirtschaftsprüfer, die im Rahmen der Baumert-Studie „Turning strategy talk into results“, befragt wurden, setzen übrigens auf klassische Verwaltungs-Software. Spezielle Programme, etwa zur Mitarbeiterereinsatzplanung, sind demnach nur bei größeren Kanzleien im Einsatz. Ein Viertel der 56 befragten Kanzleien verzichtet auf eine software-basierte Fristenverwaltung. Allerdings unterstützt nur bei 56 Prozent der befragten Umfrageteilnehmer die Kanzlei-Software die strategische Planung. Der Kanzlei-Softwareanbieter Datev empfiehlt die konsequente Nutzung von Dokumentenmanagementsystemen und das hauseigene Qualitätsmanagementprogramm ProCheck, um die Effizienz in den Prozessen zu steigern. Ähnlich wie Schleupen bietet zudem auch die Datev Steuerberatern sogenannte Umfeldanalysen an.

Damit lassen sich, so der Nürnberger IT-Spezialist, risikobehaftete Branchen, bezogen auf die jeweilige Kanzlei, erkennen oder mögliche neue Geschäftsfelder erschließen. Weitere Teile der Strategieberatung sind Vertriebstrainings und ein systematischer Markenaufbau, gepaart mit EDV-Lösungen. So unterstützt etwa das Programm „Datev Web-Dresser“ den professionellen Internetauftritt der Steuerkanzlei, der – ob bei Bestands- oder potenziellen Neumandanten – eine immer wichtigere Rolle spielt. „Die meisten Websites der Steuerberater lassen allerdings keine Besonderheiten erkennen. Weder beschreiben sie ihre Problemlösungskompetenz noch heben sie zusätzliche Serviceangebote hervor oder zeigen, dass sie sich intensiv mit der Branche beschäftigen“, erklärt Kanzleiberater Robert Hebler.

Sein Ratschlag: Steuerberater müssten ihre Dienstleistungsmerkmale eigentlich als Produkte sehen. Wie beim Kfz-Handel könnten dann Standard- und Luxusvarianten präsentiert werden.

Kanzlei-Softwareanbieter Addison aus dem baden-württembergischen Ludwigsburg wirbt mit seiner integrierten Software,

die nur eine einzige Datenbank benötige. Ebenfalls betont Addison die Anwenderorientierung seiner Software, womit Nutzer um 20 Prozent produktiver seien als mit der Software anderer Mitbewerber. Damit bleibe dem Steuerberater mehr Zeit für Akquise und Mandantengespräche. „Ziel muss es

sein, eine attraktive Kanzlei zu werden und zu bleiben“, erklärt Kanzleiberater Hebler. Er ist überzeugt, dass sich mit externer Hilfe individuelle Attraktivitätskriterien herausarbeiten und mit entsprechenden Maßnahmen professionell untermauern lassen.

Branchenkenner Markus Störmann, Leiter der Strategieberatung von Datev-Consulting, befürwortet eine solche Vorgehensweise: „Ganz allein schaffen es nur die wenigsten Inhaber, Kanzleiziele zu formulieren und konsequent umzusetzen. Meist holt sie das Tagesgeschäft doch wieder ein.“

Interview

„Der Mittelstand plant erst in der Krise“

vBP/StB/Rb Erwin Effner bietet seinen Mandanten einen mandantennahen Buchungsservice und Rating-Beratung an. Doch nicht nur diese Extras sind das Geheimnis seines langfristigen Erfolgs.

SteuerConsultant: Ihre Steuerberatungsgesellschaft ist seit 1975 am Markt. In welchem Umfeld bewegt sich Ihre Kanzlei?
Erwin Effner: Wir sitzen im bayerischen Schongau und haben, wie viele Kanzleien, insbesondere Mittelständler und Handwerksbetriebe im Fokus. Vor fünf Jahren habe ich zudem meinen Rating-Analysten gemacht, weil Krisen immer wieder kommen.

SteuerConsultant: Inwieweit ist Ihre Rating-Beratung in Wirtschaftskrisen vorteilhaft?

Erwin Effner: Wenn die Mandanten zum Beispiel 60 Tage das laufende Konto überziehen und der Unternehmer kein Testament hat, ist das zunächst tödlich fürs Rating. Aber es zeigt auch, dass Rating-Kriterien das tägliche Brot für Kanzleien sein müssen.

SteuerConsultant: Was tun Sie, damit Ihr Kunde das beste Rating AAA bekommt?

Erwin Effner: Es reicht völlig aus, im B-Bereich zu liegen. Wir haben ein EDV-Programm, mit dem wir Rating-Noten simulieren können. Aber es ist sehr schwer, Mandanten dazu zu bekommen, in die Zukunft zu planen. Normalerweise plant der Mittelstand erst, wenn er bereits in der Krise steckt. Und die Zukunftsstrategien oder langfristige Projekte in der Krise radikal zu ändern, ist immer schlecht, vor allem, wenn ich den Betrieb, das Geschäftsmodell, die Branche und das Zahlenmaterial noch nicht kenne. Wir bieten deshalb unseren

Mandanten einen eng vernetzten Buchungsservice, helfen beim Planen, beim Reporting und Gesprächen mit den Banken.

SteuerConsultant: Welche Vorteile hat der Mandant durch den zentralen Buchungsservice?

Erwin Effner: Das gute Rechnungswesen – wenn richtig und vor allem zeitnah gebucht wird – mit weiterverarbeitbaren Daten ist die Basis von allem. Denn die Mandanten machen immer wieder Fehler. Die Sorgfalt und das Mahnwesen werden oft vernachlässigt. Solche Betriebe kommen dann schnell in die Krise. Wenn ein Handwerker seine Zahlen jedoch 14-täglich erhält, statt alle sechs Wochen, ist das eine große Hilfe.

SteuerConsultant: Inwiefern ist das eine große Hilfe?

Erwin Effner: Buchhaltung ist viel zu teuer, als die Zahlen ohne Informationsgewinn alt werden zu lassen. Mit aktuellen Daten kann ich Lohnerhöhungen simulieren oder kann sehen, wo der Kunde zur Rationalisierung und Optimierung gezwungen ist. Denn nur so kann es gelingen, zusätzliche Produkte anzubieten.

SteuerConsultant: Ihre Stärke liegt also im Zahlenwerk und der EDV?

Erwin Effner: Das EDV-gestützte Abrechnungssystem ist das Grundsätzliche. Aber es kann nicht sein, dass ein Mandant mit uns nur noch darüber in Kontakt steht. Ich bin



vBP/StB/RB Erwin Effner

ist Dipl. Betriebswirt (FH), geprüfter Rating-Analyst (FH Nürnberg), CRAD Rating Advisor (Universität Augsburg) und einer von drei Geschäftsführern der Steuerberatungsgesellschaft Schongau GmbH im gleichnamigen Ort in Bayern. **E-Mail: info@effner.org**

auch Referent und Unternehmensberater und schaue mir jeden Monat 130 Betriebsauswertungen an. Wenn sich Zahlen ändern, mache ich dort einen Kringel und klebe einen gelben Zettel dran mit der Aufforderung: Wir sollten hierüber mal reden. Zudem bieten wir Seminare für mehr Qualität in der Buchführung, dem Rechnungswesen und der Lohnabrechnung an.

Neben der Fachkompetenz spielt auch die Freundlichkeit und das Betriebsklima eine große Rolle. Es wäre katastrophal, wenn der Mandant denkt, er wird nicht mehr wichtig genommen. Denn dann wird er sich einen anderen Steuerberater suchen. Ich brauche also keine zufriedenen Mandanten, sondern begeisterte Fans!