

Kommunikation schafft Vertrauen

Zwei Firmenchefs erzählen bei „Fit für die Zukunft“, wie sie Unternehmenskrisen meisterten und welche Rolle dabei die Kommunikation spielte

Die Sphären eines Vereins

Vorteil der Gemeinnützigkeit

Scheitern oder Chance?

Insolvenzrecht – ein oft nicht ausgeschöpftes
Instrumentarium



Die nächste Krise kommt bestimmt

Vorbereiten, kommunizieren, managen



Die nächste Krise kommt bestimmt

Unternehmerseminar „Fit für die Zukunft“

am 19. November 2018 im Hilton Hotel Dresden

mehr zum Thema ab Seite 4 und unter www.fitfuerdiezukunft.com





Liebe Leserinnen und Leser,

2018 – was für ein Jahr liegt da hinter uns: auf der einen Seite, die uns alle betraf, Supersommer, Trockenheit, Dieselfahrverbot, Regierungshickhack ... auf der anderen Seite bei Schneider + Partner neue Kooperationspartner, zahlreiche neue Mandate, neue Veranstaltungsformate für Ärzte, die Konsolidierung und Neuordnung nach dem Ableben unserer Geschäftsführerin Angelika Perret, strategische Nachfolgeregelungen, 25 Jahre Niederlassung Chemnitz ...

Das Jubiläum unserer Chemnitzer Niederlassung war eine willkommene Gelegenheit, sich in und mit verschiedenen Veranstaltungen bei unseren Mitarbeitern und Mandanten zu bedanken, aber auch neue Kontakte in Chemnitz zu knüpfen. Hier entwickelt sich einiges und wir haben vor, unsere Aktivitäten in und um Chemnitz auszubauen.

Auch 2019 wird turbulent, nicht nur wegen der Landtagswahl in Sachsen und der Europawahl, auch bei S+P. Wir arbeiten im Hintergrund an neuen strategischen Entscheidungen, am Relaunch unserer Website, testen neue digitale Lösungen für unsere Mandanten und engagieren uns in neuen und alten Projekten für unsere Standorte.

Die letzte Veranstaltung von „Fit für die Zukunft“ hatte das Thema „Die nächste Krise kommt bestimmt – vorbereiten, kommunizieren, managen“, und dieses ist auch wieder, für Sie aufbereitet mit interessanten Statements und ergänzt um viele Tipps, das Titelthema dieser TEAMGEIST-Ausgabe geworden.

In der Veranstaltung ging es um Krisen, die jedes Unternehmen jederzeit treffen können. Ob nun ein neues Produkt kläglich scheitert oder sich im Social Web Unheil zusammenbraut – wichtig sind die richtige Vorbereitung auf den Fall der Fälle und die Kommunikation. Das bestätigten auch unsere Podiumsgäste. Lesen Sie mehr auf den Seiten 4 bis 11.

Das Thema Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) hat nicht nur bei uns mit der Neupositionierung des Kompetenzteams (KT BGM) wieder Fahrt aufgenommen, auch viele Unternehmen und Einrichtungen erkennen, dass die Gesundheit der Mitarbeiter und entsprechende Angebote zu deren Erhaltung wichtige Motivations- und Imagefaktoren sind, insbesondere wenn es darum geht, Mitarbeiter zu halten und neue zu gewinnen. Das KT BGM hat dazu im Oktober eine Veranstaltungsreihe unter dem Titel „Gesunde Mitarbeiter = Gesundes Unternehmen“ gestartet. Wir berichten auf den Seiten 16 bis 18, dort finden Sie auch einen Bericht darüber, wie der letzte Gesundheitstag bei S+P verlief.

Seien Sie gespannt und viel Freude beim Lesen!

Ihr Stefan Kurth
Geschäftsführer der Schneider + Partner GmbH, Dresden

Kommunikation schafft Vertrauen

Zwei Firmenchefs erzählen bei „Fit für die Zukunft“, wie sie Unternehmenskrisen meisterten und welche Rolle dabei die Kommunikation spielte

Jede Krise beinhaltet auch immer eine Chance!“ Dr. Marcus Bertelsmeier sagt das voller Überzeugung. Der Zuhörer spürt, da steckt Erfahrung dahinter. Die Krise, von der er spricht, brach ganz plötzlich über ihn, die Familie und über das Familienunternehmen Agrartechnik Vertrieb Sachsen GmbH herein: Ende Oktober 2014 erlitt der Vater von Marcus Bertelsmeier, Bernhard Bertelsmeier, mit 71 Jahren einen tödlichen Herzinfarkt. Von einem Mo-

ment auf den anderen war nichts mehr, wie es gewesen war. Denn Bernhard Bertelsmeier war bis dato alleiniger Chef des 1990 von ihm in Ebersbach bei Dresden gegründeten Handelsunternehmens für Landtechnik. Vorsorgevollmachten? Geschäftsführer-Befugnisse für Marcus Bertelsmeier und seinen Bruder Ralph, die beide bereits seit zehn bzw. drei Jahren mit im Unternehmen arbeiteten? „Die gab es nicht. Mein Vater fühlte sich fit, das Thema Nachfolge

wurde über Jahre hinweg immer wieder verschoben.“ Heute weiß Marcus Bertelsmeier, wie blauäugig das war. Denn plötzlich war das bis dahin gut gehende Familienunternehmen mit damals 120 Mitarbeitern ein Schiff ohne (legalen) Steuermann.

Unternehmen sind sensibilisiert

Das Beispiel der Agrartechnik Vertrieb Sachsen GmbH zeigt: „Krisen können zu jeder Zeit jeden treffen – ganz gleich, ob Mittelständler oder Großkonzern“, so der Kommunikationsexperte Norbert Minwegen am 19. November abends in Dresden. Schneider + Partner hatte zu seiner erfolgreichen Veranstaltungsreihe „Fit für die Zukunft“ geladen. Das Thema diesmal: „Die nächste Krise kommt bestimmt – vorbereiten, kommunizieren, managen“. 165 Gäste kamen ins Hilton Hotel, darunter zahlreiche Mandanten von Schneider + Partner aus dem Mittelstand. „Das große Interesse zeigt, dass sich Unternehmen der potenziellen Gefahr von Krisen bewusst sind“, sagte Knut Michel, Mitglied der Geschäftsführung bei Schneider + Partner, zu Beginn.



„Jede Krise beinhaltet auch immer eine Chance! Wir machen heute einiges anders.“

Dr. Marcus Bertelsmeier



Doch sich einer Sache bewusst zu sein, bedeutet noch keine Vorbereitung darauf. So zeigte eine Live-Umfrage unter den Teilnehmern, dass nur knapp 24 Prozent eine Art Krisenhandbuch für ihr Unternehmen haben.

Wie wichtig schnelles und strategisches Handeln in einer Krise ist, weiß Burkhard Jung von der Restrukturierungspartner jwt GmbH & Co. KG aus seiner fast 30-jährigen Berufserfahrung als Sanierungsberater. Als Podiumsgast bei „Fit für die Zukunft“ sagte er: „In der Krise verliert der Unternehmer das Vertrauen von Banken, Lieferanten, Mitarbeitern usw. Das ist nur durch Transparenz zu verhindern. Und Transparenz schafft man durch Kommunikation.“ Er schätzt, dass „Kommunikation locker 50 Prozent des Sanierungserfolges ausmacht“.

Wenn nur noch reden hilft

Diese Erfahrung hat auch Dr. Marcus Bertelsmeier gemacht. Denn bis der von ihm und seinem Bruder gestellte Antrag auf eine Notgeschäftsführung in Eigenregie genehmigt war, gingen sechs Wo-

„Aus einer Krise kommt man gestärkt heraus, da man sich intensiv mit den Stärken und Schwächen des Unternehmens auseinandersetzen musste.“

Dr. Olaf Hansen



chen ins Land – „Wochen, in denen wir eigentlich nicht handlungsfähig waren“. Alles, was er tun konnte, war offen über die nächsten Schritte zu reden: Mit den geschockten Mitarbeitern. Mit Kreditinstituten, die alarmiert und verunsichert waren, weil eine bekannte Wirtschaftsauskunftei sofort die Bonität des Unternehmens aussetzte, als sie vom Tod des Firmenchefs erfuhr. Und mit Lieferanten: Dafür fuhr Marcus Bertelsmeier kurz nach der Beisetzung des Vaters auf eine

Branchenmesse nach Hannover. „Innerhalb von zwei Tagen habe ich mit allen unseren dort anwesenden Lieferanten Gespräche geführt“, erzählt er.

Gute Berater an der Seite

Unzählige Krisengespräche führte auch Dr. Olaf Hansen. Im November 2014 begann er als Geschäftsführer bei der NARVA Lichtquellen GmbH in Brand-Erbisdorf. Er merkte schnell, dass sich

FÜNF FRAGEN AN: SANIERUNGSBERATER BURKHARD JUNG



Burkhard Jung ist Partner und Geschäftsführer der Restrukturierungspartner jwt GmbH & Co. KG. Er verfügt über umfassende Erfahrungen unter anderem bei der außergerichtlichen Sanierung und bei der Sanierung in der Insolvenz. Jung ist Vorsitzender des Fachverbands Sanierungs- und Insolvenzberatung des Bundesverbands Deutscher Unternehmensberater BDU e. V. und Gründungsmitglied von Forum 270 – Qualität und Verantwortung in der Eigenverwaltung e. V.

Herr Jung, woran ist eine Unternehmenskrise frühzeitig erkennbar?

Dafür müssen sich Führungskräfte nur regelmäßig mit ihren Zahlen auseinandersetzen: Macht das Unternehmen Verluste? Sinken die Auftragseingänge und der Kontostand? Zusätzlich schlägt das Bauchgefühl dabei schon sehr früh – so gegen halb zwölf – an.

Warum reagieren viele dann erst, wenn es fünf vor zwölf oder gar noch später ist?

Hier greifen wunderbare Verdrängungsmechanismen und es findet keine ernsthafte Beschäftigung mit dem Unternehmen statt. Dabei reicht es oftmals, mit Mitarbeitern zu reden und am Unternehmensgeschehen interessiert zu bleiben. Denn 85 Prozent aller Krisen sind intern bedingt.

Gibt es typische Fehler, die Unternehmer in Krisensituationen machen?

Ja. Da ist zum einen das Verdrängen der Krise. Zudem tendieren viele unter stei-

gendem Druck dazu, immer misstrauischer gegenüber Dritten wie Banken, Kunden etc. zu werden, die Schuld auf andere zu schieben und den Druck an die Mitarbeiter weiterzugeben. Das führt zu einer wachsenden Distanz zwischen Unternehmer und Mitarbeitern. Besser ist es, die Mitarbeiter (auch in guten Zeiten) zu motivieren, Probleme zu erkennen und offen anzusprechen.

Gibt es einen Handlungsfaden, um eine unternehmerische Krise zu bewältigen?

Das sind drei Schritte. Zuerst die Analyse: Hierbei geht es darum, das Problem zu verstehen, die Symptome zu beschreiben und deren Ursachen zu finden. Die Analyse fällt den meisten nicht schwer. Schwerer ist für viele der zweite Schritt: Maßnahmen zu erarbeiten, um die Ursachen der Krise zu beseitigen. Das verlangt ein grundsätzliches Umdenken. Und es geht dabei ans Eingemachte. Spätestens hier ist es ratsam, sich externe Beratung ins Boot zu holen. Der dritte Schritt ist dann die konsequente Umsetzung der Maßnahmen.

Was können Unternehmen tun, um gar nicht erst in wirtschaftliche Krisen zu rutschen?

Das Unternehmen sollte mindestens einmal im Jahr auf den Prüfstand gestellt werden. Dabei helfen Leitfragen wie zum Beispiel: Wie ist mein Unternehmen aufgestellt? Was machen erfolgreiche Mitbewerber anders? Wie soll das nächste Jahr aussehen? Gibt es Risiken? Manch einem fällt das allein schwer. Der Steuerberater oder ein Beirat können dafür mit an den Tisch geholt werden. Zudem bieten Fachverbände oder regionale Wirtschaftskammern viele Möglichkeiten, sich mit anderen Unternehmern auszutauschen. Niemand sollte im eigenen Saft schmoren.

+ Kontakt

Burkhard Jung
Sanierungsberater
Restrukturierungspartner jwt
GmbH & Co. KG
bjung@restrukturierungspartner.com



„Sobald eine Krise die Öffentlichkeit interessiert, muss ein Unternehmen die Kommunikation steuern. Ansonsten überlässt man Gerüchten den Raum und das zerstört Vertrauen.“

Ulf Mehner

der Leuchtstofflampenproduzent in finanzieller Schieflage befand. „Das Unternehmen hatte den Einzug der LED-Technologie verschlafen und Absatzeinbrüche“, fasst er die Lage zusammen. Doch wie so oft in solchen Fällen verschloss der Gesellschafter lange die Augen vor den harten Zahlen. Ein Jahr später stand das Unternehmen vor der Insolvenz. Olaf Hansen blieb und nahm die Herausforderung an: Mittels Schutzschirmverfahren in Eigenregie zog er mit Unterstützung von Beratern die Insolvenz innerhalb von sechs Monaten durch und stellte das Unternehmen auf neue Beine.

Auch Marcus Bertelsmeier hat sich zur Bewältigung der Unternehmenskrise externe Beratung geholt. Sein Unterstützerteam bestand aus Rechtsanwalt, Steuerberater, Unternehmensberater und Notar. Mit den ersten drei gab es bereits vor der Krise eine langjährige Zusammenarbeit. So waren alle schnell im Bilde, um zu handeln. Ein stabiles Netzwerk in guten Zeiten aufzubauen, dafür plädiert auch Norbert Minwegen: „Eine Krise blockiert alles im Unternehmen. Da ist dann keine Zeit, um nach geeigneten Beratern zu suchen.“

Diese Erfahrung hat auch Dr. Olaf Hansen gemacht. In den Monaten der Insolvenz lastete viel auf seinen Schultern. Er war froh über die Berater an seiner Seite, die mit frischem Blick auf das Unternehmen schauten und kreative Ideen zum Fortbestehen des Unternehmens entwickelten. Das bedeutete jedoch auch tiefgreifende Einschnitte: Nach der Insolvenz der NARVA Lichtquellen GmbH waren von den 450 Mitarbeitern noch 135 übrig. Eine schwierige Entscheidung, „aber die

einzig richtige“, so der Geschäftsführer heute. Mit vielen der Mitarbeiter hat Olaf Hansen persönlich gesprochen. Zudem wurde die Betriebsratsvorsitzende regelmäßig informiert, um Spekulationen zu vermeiden. „Das war hart, stand ich doch damals ziemlich allein da.“ Er hat daraus gelernt: „Heute habe ich eine gute Führungscrew um mich. Leute, auf die ich mich verlassen kann.“

Doch nicht nur nach innen, auch nach außen haben Olaf Hansen und seine Berater den Verlauf der Insolvenz bis hin zum Neustart aktiv und zielgerichtet kommuniziert. Zur Information der regionalen Medien und damit der Öffentlichkeit wurden regelmäßig Pressemitteilungen zum aktuellen Stand herausgegeben. „Denn dadurch, dass wir damals der größte Arbeitgeber in der Region waren, gab es vonseiten der Öffentlichkeit ein großes Interesse.“ Zudem wurden, angepasst an die jeweilige Zielgruppe wie Kunden oder Lieferanten, Informationsschreiben verfasst und verschickt.

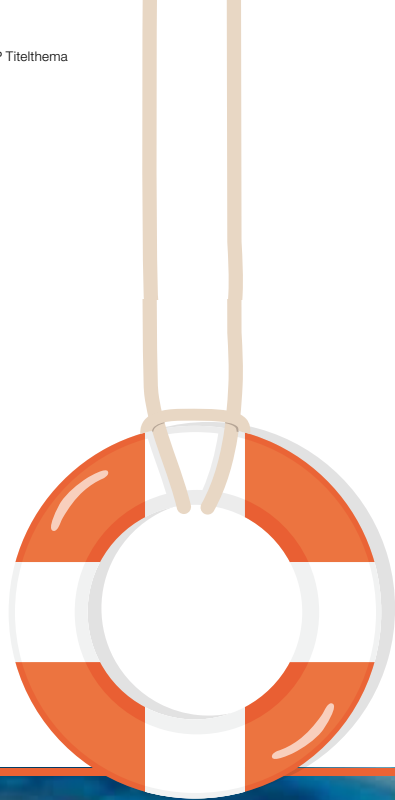
Kommunikation selbst steuern

Das sei das richtige Vorgehen gewesen, sagte der Dresdner Kommunikationsprofi Ulf Mehner von der WeichertMehner Unternehmensberatung für Kommunikation GmbH & Co. KG als Podiumsgast bei „Fit für die Zukunft“. „Sobald eine Krise die Öffentlichkeit und damit die Medien interessiert, muss ein Unternehmen die Kommunikation steuern. Ansonsten überlässt man Gerüchten den Raum und das zerstört das Vertrauen.“ Aus seiner Arbeit mit Unternehmen weiß Ulf Mehner, „dass Krisen eine an die konkrete Situation angepasste sensible, schnelle und prozesssichere Kommunikation benötigen, die auf die Bedürfnisse der beteiligten Zielgruppen ausgerichtet ist. Auf diese Weise lassen sich Reputationsschäden minimieren.“ Er riet dazu, „bereits in guten Zeiten eine gute Unternehmenskommunikation nach innen und außen strategisch aufzubauen und sich mit den richtigen Beratern/Experten zu vernetzen. Dann hat man im Krisenfall

„Krisen können zu jeder Zeit jeden treffen – ganz gleich, ob Mittelständler oder Großkonzern. Aber Krisen sind handhabbar.“

Norbert Minwegen





eine solide Basis und das Vertrauen von Mitarbeitern, Lieferanten, Kunden usw.“

Freistaat fördert Beratung

Erste Anlaufpunkte für sächsische Unternehmen, die sich in einer Krisensituation befinden und Beratung benötigen, sind die jeweils zuständigen Wirtschaftskammern wie IHK und Handwerkskammer sowie die Sächsische Aufbaubank (SAB). Über die SAB fördert der Freistaat diverse Maßnahmen, um Unternehmen auf ihrem Weg aus der Krise zu helfen. So gibt es

beispielsweise das Beratungszentrum Konsolidierung (BZK). Es unterstützt bei der Erstellung von Unternehmenskonzepten für den Weg aus der Krise. Zudem werden die Moderation oder Vermittlung im Konsolidierungsprozess sowie bei Diskrepanzen zwischen Unternehmen und Gläubigern oder mit Fördermittelgebern gefördert.

Über das Programm Krisenbewältigung und Neustart (KUNST) können Unternehmen die anteilige Übernahme der Kosten zur Erstellung eines Insolvenzplans und nach dessen Bestätigung die anteilige Finanzierung von Neu- bzw. Ersatzinvestitionen sowie Auftragsfinanzierungen beantragen.

Vielen Unternehmen mangelt es im Krisenfall an Liquidität, um sich neu aufzustellen. Hier setzt das Programm zur Rettung und Umstrukturierung von kleinen und mittleren Unternehmen in Schwierigkeiten (RuB) an. Antragsberechtigte Unternehmen erhalten eine vorübergehende Stützung der Liquidität bis zur Erstellung eines Umstrukturierungskonzeptes oder eine Finanzierung von Maßnahmen zur leistungswirtschaftlichen und finanziellen Unternehmensumstrukturierung.


Die Agrartechnik Vertrieb Sachsen GmbH und die NARVA Lichtquellen GmbH stehen heute beide wieder auf wirtschaftlich gesunden Füßen, investieren und stellen neue Mitarbeiter ein. „Aus solch einer Krise kommt man gestärkt heraus“, resümiert Dr. Hansen. Marcus Bertelsmeier möchte „so etwas nicht noch einmal erleben“. Beide Unternehmer haben aus der Krise gelernt, Prozesse optimiert, Verantwortlichkeiten im Unternehmen definiert sowie auf verschiedene Schultern verteilt und pflegen ein breites Netzwerk. Und sollte doch noch einmal eine Krise unverhofft hereinbrechen, dann haben beide ihr Krisenhandbuch in der Schublade. ■

Guter Rat im Krisenfall

Ansprechpartner in Sachsen


BERATUNG

Für Unternehmen in der Krise haben der Freistaat Sachsen und die Wirtschaftskammern verschiedene Beratungs- und Förderangebote aufgesetzt. IHK und Handwerkskammer: Die sächsischen IHKs und Handwerkskammern bieten ihren Mitgliedsbetrieben kostenfreie betriebswirtschaftliche Beratung, darunter auch zur Krisenbewältigung und zu Fördermöglichkeiten im Krisenfall.

 www.ihk.de
www.hwk-dresden.de
www.hwk-chemnitz.de

FÖRDERUNG

Der Freistaat Sachsen fördert über die Sächsische Aufbaubank diverse Maßnahmen, um Unternehmen auf ihrem Weg aus der Krise zu unterstützen.

 www.sab.sachsen.de
 Servicecenter 0351 4910-4910

LESETIPP

Merkblatt der IHK Dresden:
Krisen vermeiden und bewältigen

Broschüre des Kommulanforums für Wirtschaft und Arbeit Dresden:
Insolvenz: Vermeidung und Verlauf

 www.ihk.dresden.de

Weiterführende Informationen, Ansprechpartner und interessante Lesetipps zum Thema „Krise und Kommunikation“ unter

 www.fit fuer die zukunft.com

Kalender



FACHVORTRÄGE

15. Januar 2019

Aktuelles Lohnsteuerrecht (IHK Dresden)

4. Februar 2019

Haftungsrisiken bei der Steuer und im Rechnungswesen vermeiden (Creditreform Dresden)

15. März 2019

Steuerliche Aspekte und Fördermöglichkeiten für BGM
(Messe aktiv + vital)

27. März 2019

Zukunft Praxis
(mit PVS und apofinanz)

12. April 2019

Frühjahrssymposium für Zahnärzte
(GERL GmbH)

17. April 2019

AufbauSeminar Lohn- und Gehaltsabrechnung
(Creditreform Dresden)

13. und 14. Mai 2019

Deutscher Steuerberaterkongress

7. und 8. Mai 2019

Der GmbH-Geschäftsführer (IHK Dresden)

28. Mai 2019

Grundzüge der Umsatzsteuer im internationalen Waren- und Dienstleistungsverkehr (Creditreform Dresden)



MANDANTEN- UND UNTERNEHMERSEMINARE

7. und 8. Januar 2019

Lohn Aktuell

14. Januar 2019

S+P Perspektiven in Chemnitz

15., 16. und 17. Januar 2019

S+P Perspektiven in Dresden

6. März 2019

Gesunde Mitarbeiter = Gesundes Unternehmen
Infoveranstaltung des Kompetenzteams Betriebliches Gesundheitsmanagement



VERANSTALTUNGSTIPPS

12. und 13. Januar 2019

FIS Skiweltcup Dresden

19. Januar 2019

2. Foodraising-Party des Sonnenstrahl e. V.

18. bis 20. Januar 2019

KarriereStart – Die Bildungs-, Job- und Gründermesse in Sachsen

6. Februar 2019

Tag der offenen Tür in der DIS Dresden International School

5. April 2019

21. Benefizkonzert des Sonnenstrahl e. V. in der Dresdner Kreuzkirche

11. April und 9. Mai 2019

S+P-Lauftreffs in Vorbereitung der REWE Team Challenge

29. Mai 2019

REWE Team Challenge

Krisen sind handhabbar!

Gewusst wie: Richtige Vorbereitung und Kommunikation sind entscheidend



Kommunikationsexperte Norbert Minwegen macht Unternehmen Mut: Sie können sich auf Krisen vorbereiten – jedoch muss das in guten Zeiten erfolgen. Wie das aussieht und welcher Zusammenhang dabei zwischen Krisenmanagement und Krisenkommunikation besteht, erklärt er im Gespräch mit Anke Richter-Baxendale.

Herr Minwegen, „Ich krieg’ die Krise!“ ist schnell mal gesagt. Wann müssen Unternehmen für sich erkennen, dass sie in einer Krise stecken?

Eine Krise stellt für ein Unternehmen eine organisationsgefährdende Sonder-situation dar, die Produktionsabläufe blockiert und zu Gewinneinbrüchen führen kann. Solche Sondersituationen – wie Unfälle, Katastrophen, Skandale und wirtschaftliche Schwierigkeiten – treten zumeist plötzlich und sehr dynamisch ein.

Wenn Krisen oftmals plötzlich hereinbrechen, wie können sich Unternehmen dann darauf vorbereiten?

Die Frage ist zunächst die nach dem Wann. Denn mitten in der Krise hat niemand Zeit, sich über Prozesse und Verantwortlichkeiten in Ruhe Gedanken zu machen. Deshalb sollten Unternehmen in ruhigen Zeiten mögliche Krisensituationen auch mal durchspielen. Daraus lassen sich Strukturen, Prozesse, Verantwortlichkeiten und Instrumente des Krisenmanagements ableiten. Diese werden dann in einem Krisenhandbuch oder -leitfaden festgehalten, und diese Handreichung sollte stets griffbereit in der Schublade liegen.

Zu einem erfolgreichen Krisenmanagement gehört – theoretisch – auch die Krisenkommunikation. Wie verhält es sich damit Ihrer Erfahrung nach in der Praxis?

Die Kommunikation wird in einer Krise von Unternehmen oft stiefmütterlich behandelt bzw. ganz vergessen. Das böse Erwachen kommt meist dann, wenn die Krise Teil der Öffentlichkeit wird – wenn also Fragen von außen kommen, zum Beispiel durch Journalisten. Ab dann ist man mit der Krise nicht mehr allein, unbeteiligte Dritte mischen

sich ein und stellen Fragen nach dem Warum und dem Wie-weiter. Ist man darauf nicht vorbereitet, lähmen solche Fragen das Management, das sich auf das Abarbeiten der Krise konzentrieren möchte.

Was raten Sie deshalb Unternehmen?

Dass zum Krisenmanagement neben dem wirtschaftlichen Ansatz auch eine vorab durchdachte Kommunikationsstrategie gehört – inklusive einer Entscheidung, wer im Krisenfall für das Unternehmen spricht. Diese Person wird dann auch vorab geschult, beispielsweise durch Coachings auf Methoden der Interviewführung vorbereitet. Es kann auch hilfreich sein, sich einen in der Krisenkommunikation erfahrenen externen Berater zu holen. Aber auch hier gilt: Kontakte in ruhigen Zeiten knüpfen, ins Gespräch kommen, sich kennenlernen, gegebenenfalls eine Vertraulichkeitserklärung unterschreiben lassen. Damit es in der Krise nur eines Anrufs bedarf.

Lassen sich zur Krisenkommunikation gehörende Instrumente vorbereiten?

Ja, zum Beispiel Entwürfe von Pressemitteilungen für verschiedene denkbare krisenhafte Situationen, die im Unternehmen eintreten könnten. Außerdem sollte eine stets aktuelle Liste abgelegt sein (auch ausgedruckt) mit wichtigen Kontakten zu: a) Personen innerhalb der Firma, die bei einer Krise verständigt werden müssen, und b) außerhalb: Dazu zählen neben Beratern auch die als wichtig definierten regionalen und gegebenenfalls überregionalen Tages- und Fachmedien. Und dann ist da noch der finanzielle Aspekt: Um in der Krise flüssig zu bleiben, damit man sich etwa Berater an die Seite holen kann, empfiehlt es sich, ins jährliche Budget Kosten für Eventualitäten einzuplanen.

Was gilt es bei der Art und Weise der Krisenkommunikation zu beachten?

Wichtig ist, die Kommunikation selbst aktiv zu steuern und sich nicht durch Journalisten oder Mitarbeiter treiben und zu unbedachten Äußerungen verleiten zu lassen. Die Kommunikation

muss offen und für die jeweilige Stakeholder-Gruppe (Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten, Banken etc.) angepasst sein. Es sollten nur Wahrheiten, Fakten und Bestätigtes genannt, Spekulationen vermieden und auch keine Schuldfragen oder Interna öffentlich diskutiert werden. Im besten Fall strahlt der Kommunikator eine ruhige und positive Wirkung aus und zeigt, wenn nötig, Anteilnahme.

Führungskräfte stehen in einer Unternehmenskrise extrem unter Druck. Oftmals kommt dann das Gefühl auf, dass alle, insbesondere Journalisten, einem Böses wollen. Wie vermeidet man solche Gefühle?

Das sind menschliche Reaktionen, die aber in einer Krisensituation nicht weiterhelfen. Es hilft, sich vor Augen zu führen, dass der Journalist als Mittler nur einen Auftrag erfüllt – nämlich die Information der Öffentlichkeit. Er fragt für die Öffentlichkeit nach dem Warum. Das ist nicht persönlich gegen den Unternehmer gerichtet. Sicher, solche Fragen sind unangenehm, sie sollten aber ehrlich beantwortet werden. Denn eine offene Kommunikation schafft Vertrauen bei allen Stakeholder-Gruppen – und Vertrauen ist das, was Unternehmen in der Krise mit am dringendsten benötigen. ■

ZUR PERSON

Norbert Minwegen, Jahrgang 1969, studierte unter anderem Politik, Wirtschaftsgeografie und Kommunikation an der Universität zu Köln. Seit 2007 leitet er den Bereich Unternehmenskommunikation und Werbung der Sparkasse KölnBonn. In den Jahren 1999 bis 2002 entwickelte er als Pressesprecher der Chemieverbände NRW mit einem Leitfaden erstmalig einen Standard der Krisenkommunikation für mittelständische Chemieunternehmen. Ehrenamtlich engagiert er sich als Präsident der Deutschen Public Relations Gesellschaft, als Co-Leiter eines Arbeitskreises für Krisenkommunikation und Issues Management (DPRG AK KIM) sowie als Referent an Kommunikationsakademien und Weiterbildungseinrichtungen.



Scheitern oder Chance?

Insolvenzrecht – ein oft nicht ausgeschöpftes Instrumentarium

Insolvenz bzw. Konkurs werden in Deutschland immer noch vor allem als Synonym für ein Scheitern angesehen. Obwohl der angelsächsische Wirtschafts- und Rechtsraum und selbst der deutsche Gesetzgeber die Insolvenz längst als Möglichkeit der Bereinigung und damit als Chance für einen Neuanfang sehen, ist die persönliche Angst vor einer Insolvenz bei Geschäftsführern und Inhabern weiterhin ungebrochen. Diese Sicht ist zumindest einseitig und darüber hinaus auch gefährlich. Durch das Hinausschieben des Unvermeidlichen kommt es letztlich oft zur Zerschlagung des Unternehmens und damit zum gefürchteten Scheitern des Unternehmers. Es wird oft erwartet, bis auch die letzte Liquidität verbraucht ist, Kunden und Lieferanten verprellt sind, das Insolvenzgeld nur noch für

die Vergangenheit gezahlt werden kann und empfindliche straf- und zivilrechtliche Folgen für die Geschäftsleitung drohen. Dies muss selbstverständlich nicht sein.

DIE MÖGLICHKEITEN EINES SCHUTZSCHIRMS

Das deutsche Insolvenzrecht bietet mit den Möglichkeiten eines Schutzschirms, der Eigenverwaltung, der vorfinanzierten Insolvenzgeldzahlung sowie der Trennung von Altlasten ein unter normalen Umständen nicht verfügbares Instrumentarium, um ein Unternehmen von Grund auf finanz- und leistungswirtschaftlich zu sanieren und neu zu gestalten. Bei einer frühzeitigen, proaktiven und transparenten Restrukturierung

von Eigenverwaltung gesprochen. Das Wort Insolvenz kommt hierbei in der Praxis überhaupt nicht vor, obwohl rein formell ein gerichtliches Insolvenzverfahren vorliegt.

SCHNELLES, ABGESTIMMTES UND PLANVOLLES VORGEHEN IST ERFORDERLICH

Wie schon angesprochen, ist die weitverbreitete Angst vor der Insolvenz gefährlich, weil extrem sanierungsfeindlich. Nur mit einem schnellen, abgestimmten und planvollen Vorgehen lassen sich sämtliche Sanierungsinstrumente auch tatsächlich nutzen. Je früher diese eingesetzt werden, desto geräuschloser und sicherer ist die angestrebte Sanierung. Dies machen die folgenden Aspekte deutlich.

Das Insolvenzgeld wird für maximal drei Monate gewährt und kann auch über eine Bank vorfinanziert werden. Lässt sich dieser Zeitraum voll ausnutzen, kann praktisch ein Quartal ohne Personalkosten gearbeitet werden. Ein solcher Wettbewerbsvorteil ist überragend, wird aber konterkariert, wenn zum Beispiel bereits bei Antragstellung zwei Lohnzahlungen ausstehen. Gleiches gilt für Miet-, Leasing- oder Pachtverträge. Hier besteht in der Insolvenz ein gesetzlicher Kündigungsschutz, der ab der Stellung des Insolvenzantrags greift. Sind diese Verträge aber schon vorher aufgrund von ausstehenden Raten außerordentlich gekündigt worden, hilft der Insolvenzantrag im Nachgang nicht mehr. Die gleichen Überlegungen gelten auch für Lieferanten, die monatelang hingehalten wurden. Ein langjähriges Geschäftsverhältnis wird nicht durch eine unbezahlte Lieferung zerstört werden, wohl aber durch fortdauernde Vertröstung, schleppende Teilzahlungen und später eine Anfechtung durch den Insolvenzverwalter. Diese Aufzählung ließe sich noch lange fortsetzen und zeigt, wie wichtig ein frühzeitiges Erkennen und Handeln in der Krise ist.

Letztlich reicht oft auch – sofern es nur auf einen Schnitt bei den sogenannten Altverbindlichkeiten ankommt und der operative Geschäftsbetrieb gesund ist – ein bloßes Drohen mit der Insolvenz. Dabei darf es sich jedoch nicht um eine leere Drohung handeln. Vielmehr wird eine fundierte Vorstudie mit einer Vergleichsrechnung dahingehend benötigt, welche Folgen für die Gläubiger im Fall des Falles drohen. Bei einer solchen Sanierung vor der Insolvenz lassen sich ebenfalls deutliche Erfolge bei Verzichten oder Stundungen der Gläubiger erzielen. Außerinsolvenzliche Verzichte der Gläubiger von 50 Prozent und mehr sind dabei keine Seltenheit.

Man sollte also über die Insolvenz reden und die bestehenden Probleme – seien es solche im finanzwirtschaftlichen oder solche im leistungswirtschaftlichen Bereich – mit offenem Visier angehen. Dies muss aber ein fundiertes Verhandeln mit festem Ziel und greifbarem Ansatz beinhalten. ■

gibt es kaum Widerstände von Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern. Im Gegenteil: Die Beteiligten treffen hier regelmäßig auf Verständnis, Respekt vor dem Mut zu einem solchen radikalen Sanierungsschritt und auf eine hohe Bereitschaft, das angeschlagene Unternehmen zu unterstützen.

Die Beteiligten können sich zudem im Rahmen des Schutzschirms ihren Insolvenzverwalter aussuchen. Dieser heißt nicht einmal so, sondern ist lediglich Sachwalter mit einer Aufsichtsfunktion. Der Unternehmer bleibt am Ruder und bestimmt weiterhin die Firmenpolitik, ist Arbeitgeber und verhandelt mit Geschäftspartnern, Kunden und Lieferanten. Nach außen wird vom Schutzschirm, von einer Sanierung und

+ Kontakt

RA Torsten Sommer
 Mulansky + Kollegen Rechtsanwälte GmbH
torsten.sommer@mulansky.de

Die Sphären eines Vereins

Vorteil der Gemeinnützigkeit

Ob gemeinnützige Vereine steuerlich begünstigt sind, hängt von ihren Aktivitäten ab. Denn das Privileg wird nur für bestimmte Tätigkeitsbereiche gewährt. Laut einer Studie des Stifterverbands der Deutschen Wissenschaft aus dem Jahr 2013 gibt es in Deutschland über 580 000 Vereine, Tendenz steigend. Nahezu jeder zweite Deutsche ist Mitglied in mindestens einem Verein. Somit kommen viele Bürger mit den steuerlichen Besonderheiten eines Vereins zumindest indirekt in Kontakt. Die klassischen Vereine, seien es nun Sport-, Brauchtums- oder Kunstvereine, freiwillige Feuerwehren, Sozialhilfevereine und andere mehr, sind im Vereinsregister eingetragen und somit rechtsfähig. Wenn sie ihre Satzung unter Beachtung der einschlägigen Vorschriften der Abgabenordnung erstellt haben, sind die Vereine in der Regel auch als gemeinnützig anerkannt. Die Gemeinnützigkeit bringt einem Verein zahlreiche Vorteile:

- zumindest teilweise Befreiung von der Körperschaft- und Gewerbesteuer,
- weitgehende Befreiung von Erbschaft- und Schenkungsteuer,
- Begünstigungen bei der Umsatzsteuer,
- Spendenbegünstigung.

Diese werden allerdings nicht für alle Aktivitäten eines Vereins gewährt, sondern nur in bestimmten Bereichen. Die Abgabenordnung definiert deshalb verschiedene Tätigkeitsbereiche eines Vereins und deren Zuordnung zu einer Sphäre. Diese verschiedenen Sphären eines gemeinnützigen Vereins sind nachfolgend kurz skizziert.

Ideeller Bereich

Der ideelle Bereich eines Vereins umfasst sämtliche Tätigkeiten im Rahmen des satzungsmäßigen Vereinszwecks, die durch Mitgliedsbeiträge und Spenden sowie Zuschüsse der öffentlichen Hand und Dritter finanziert werden. Gewinne im ideellen Bereich unterliegen nicht der Ertragsbesteuerung mit Körperschaft- und Gewerbesteuer.

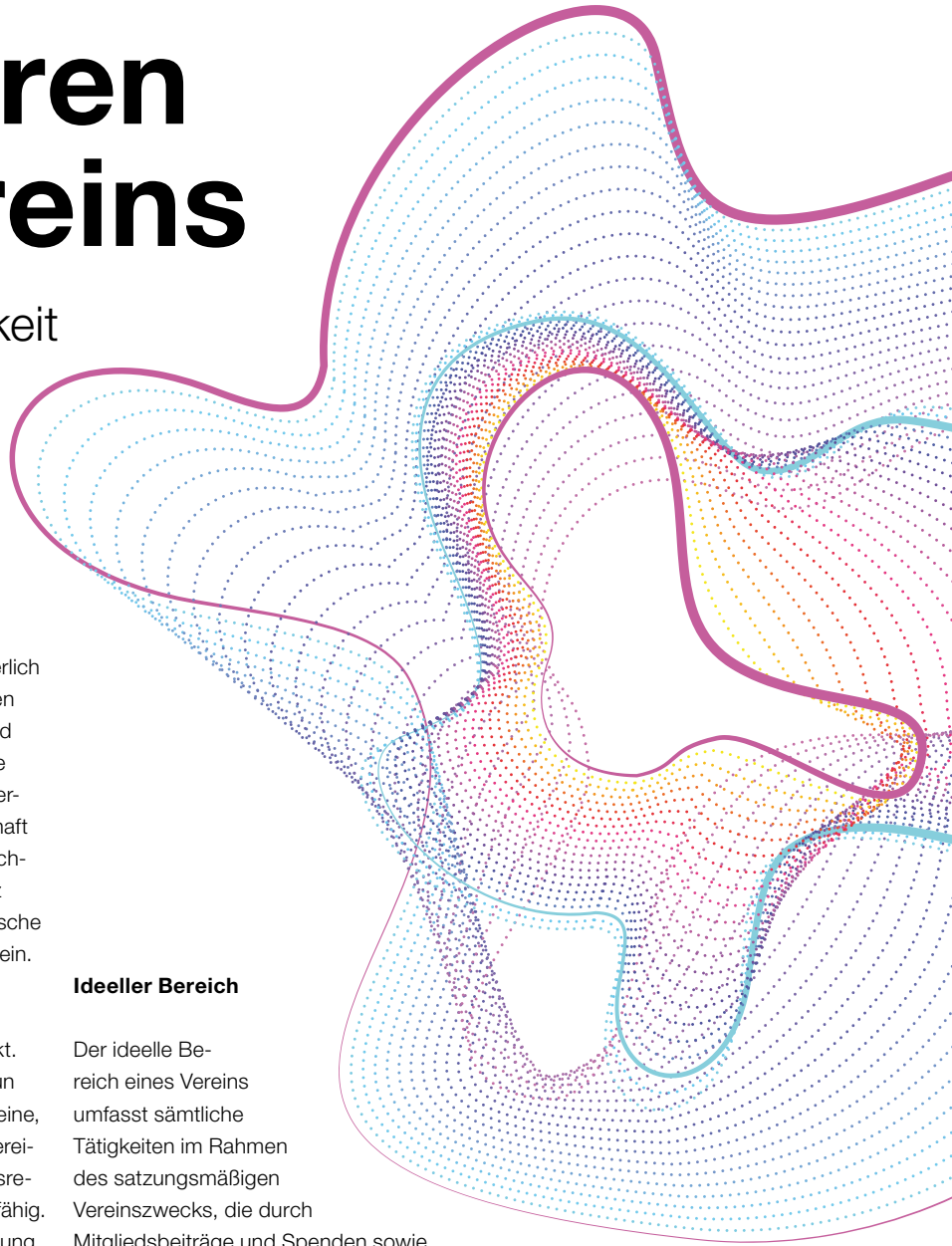
Die Einnahmen im ideellen Bereich unterliegen im Allgemeinen auch nicht der Umsatzsteuer. Soweit jedoch den Mitgliedsbeiträgen eine direkte steuerbare und steuerpflichtige Gegenleistung des Vereins gegenübersteht, ist dieser Teil des Mitgliedbeitrags umsatzsteuerpflichtig.

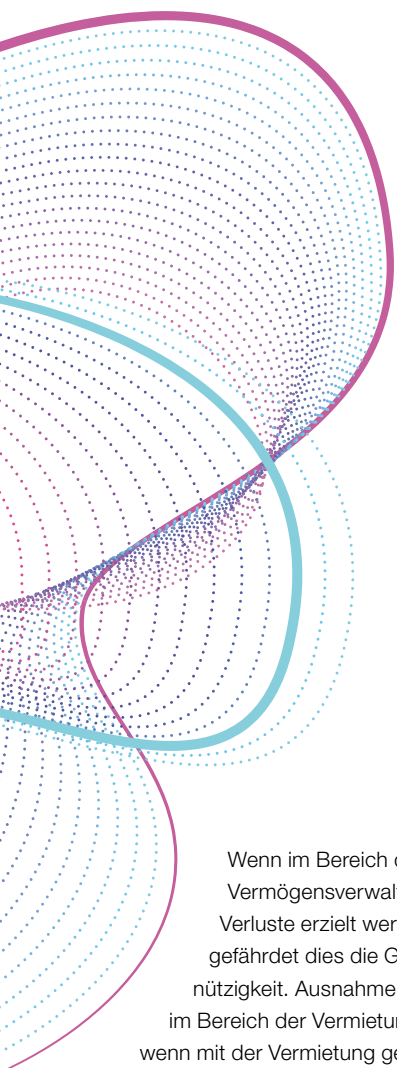
Vermögensverwaltung

Vereine, insbesondere wenn sie schon längere Zeit existieren und eine gewisse Größe erreicht haben, verfügen mitunter über ein nicht unerhebliches Vermögen. Hierunter fallen beispielsweise Zinsen und Dividenden aus dem Kapitalver-

mögen sowie Erlöse aus der langfristigen (länger als 6 Monate dauernden) Vermietung und Verpachtung von Grundbesitz des Vereins. Aufwendungen wie Bankspesen, Vermögensverwaltungsentgelte, Finanzierungszinsen, Instandhaltungsaufwendungen und Abschreibungen mindern entsprechend die Erträge. Diese Erträge und Aufwendungen werden in der Sphäre Vermögensverwaltung erfasst.

Der Überschuss aus der Vermögensverwaltung ist ertragsteuerfrei. Von den Banken einbehaltene Kapitalertragsteuer wird zurückerstattet. Grundsätzlich unterliegen die Einnahmen in diesem Bereich auch nicht der Umsatzsteuer. Dies gilt allerdings nicht, wenn bei der Vermietung von Grundbesitz zur Umsatzsteuer optiert und dieser umsatzsteuerpflichtig vermietet wird.





Wenn im Bereich der Vermögensverwaltung Verluste erzielt werden, gefährdet dies die Gemeinnützigkeit. Ausnahmen gelten im Bereich der Vermietung, wenn mit der Vermietung gemeinnützige Zwecke verfolgt werden.

Wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb

Die Abgabenordnung definiert in § 14 einen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb als selbstständige nachhaltige Tätigkeit, durch die Einnahmen oder andere wirtschaftliche Vorteile erzielt werden und die über den Rahmen einer Vermögensverwaltung hinausgeht. Die Absicht, Gewinn zu erzielen, ist nicht erforderlich. Der wirtschaftliche Geschäftsbetrieb wiederum lässt sich bei steuerbegünstigten Vereinen unterscheiden in einen Zweckbetrieb und einen steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb.

Zweckbetrieb

Im Zweckbetrieb sind alle Einnahmen und Ausgaben zu erfassen, die durch die gemeinnützige Tätigkeit veranlasst werden, aber keine Mitgliedsbeiträge,

Spenden oder Zuschüsse sind. Die steuerbegünstigten Zwecke eines Vereins lassen sich mitunter nur durch einen solchen Zweckbetrieb erreichen (zum Beispiel der Betrieb einer Pflegeeinrichtung oder eines Kindergartens).

Zweckbetriebe sind regelmäßig von der Körperschaft- und Gewerbesteuer befreit, und zwar unabhängig von der Höhe der erzielten Erlöse. Da ein Verein mit seinem Zweckbetrieb umsatzsteuerlich als Unternehmen im Sinne des Umsatzsteuergesetzes gilt, sind die Umsätze des Zweckbetriebs steuerbar und steuerpflichtig. Soweit die Leistungen nicht als soziale Leistungen im Sinne von § 4 Nr. 14 ff. UStG umsatzsteuerfrei sind, unterliegen sie dem reduzierten Steuersatz von sieben Prozent.

Die Arten der Zweckbetriebe sind äußerst vielfältig, wie der nicht abschließende Katalog einzelner Zweckbetriebe in § 68 der Abgabenordnung zeigt. Zu den Zweckbetrieben gehören auch sportliche Veranstaltungen eines Sportvereins, wenn die Einnahmen einschließlich Umsatzsteuer 45 000 Euro im Jahr nicht übersteigen – unabhängig davon, ob an der Veranstaltung bezahlte oder unbezahlte Sportler teilnehmen.

Steuerpflichtiger wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb

Ein steuerpflichtiger wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb liegt immer dann vor, wenn dieser wirtschaftliche Geschäftsbetrieb für die Verfolgung der satzungsmäßigen Zwecke nicht unbedingt erforderlich ist. Ebenso muss der Verein seine Einnahmen immer dann im wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb erfassen, wenn er mit seiner Tätigkeit in Konkurrenz zu einem anderen Unternehmen tritt oder treten könnte und er mit dieser Tätigkeit keine gemeinnützigen Zwecke verfolgt. Hierunter fallen beispielsweise die Erlöse der Vereinsgaststätte eines Sportvereins, Bewirtungsumsätze im Rahmen eines Vereinsfests, Anzeigenerlöse einer Vereinszeitung und Auktionserlöse. Soweit mehrere steuerpflichtige Tätigkeiten bestehen, werden diese zu einem einheitlichen steuerpflichtigen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb zusammengefasst.

Überschüsse des wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs unterliegen nicht der Körperschaft- und Gewerbesteuer,

soweit die Einnahmen aus wirtschaftlichen Geschäftsbetrieben (ohne Zweckbetriebe) einschließlich Umsatzsteuer insgesamt 35 000 Euro pro Jahr nicht übersteigen. Für Beträge, die diesen Wert übersteigen, wird ein Freibetrag von 5 000 Euro gewährt.

Umsatzsteuerlich ist der Verein mit seinem wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb Unternehmen im Sinne des Umsatzsteuergesetzes; die Erlöse sind somit mit dem Regelsteuersatz von 19 Prozent bzw. dem reduzierten Steuersatz von sieben Prozent in den Fällen des § 12 Abs. 2 UStG zu versteuern. Soweit die Umsätze 17 500 Euro nicht übersteigen, kann von der Steuerbefreiung für Kleinunternehmer Gebrauch gemacht werden.

Nach dem Grundsatz der Selbstlosigkeit dürfen Mittel eines gemeinnützigen Vereins nur für gemeinnützige Zwecke, nicht aber zum Ausgleich von Verlusten des wirtschaftlichen Geschäftsbetriebs verwendet werden. Geschieht dies trotzdem, ist die Gemeinnützigkeit gefährdet. Diese strenge Regelung ist im Sinne der Gewährleistung eines fairen Wettbewerbs nachvollziehbar. Der Fiskus möchte verhindern, dass nicht überlebensfähige wirtschaftliche Geschäftsbetriebe durch Quersubventionen aus den steuerbegünstigten Bereichen eines Vereins am Leben gehalten werden und somit der Wettbewerb verzerrt wird.

Gewinnermittlung des Vereins

Grundsätzlich reichen bei einem Verein einfache Aufzeichnungen über die Einnahmen und Ausgaben aus. Soweit ein Verein mehrere Sphären unterhält, muss für jeden Bereich eine Einnahmen- und Ausgabenrechnung erstellt werden. Soweit Ausgaben mehrere Bereiche betreffen – zum Beispiel für Personal, das für mehrere Bereiche des Vereins tätig ist –, sind die Ausgaben verursachungsgerecht auf die einzelnen Bereiche aufzuteilen. ■

+ Kontakt

WP StB Klaus Schneider
Geschäftsführung, Niederlassung München
klaus.schneider@schneider-wp.de

KT > BGMKompetenzteam
Betriebliches Gesundheitsmanagement

Gesunde Mitarbeiter = Gesundes Unternehmen

Zukunftsthema Betriebliches Gesundheitsmanagement

Das Kompetenzteam Betriebliches Gesundheitsmanagement (KT BGM) hat sich neu aufgestellt. Bereits seit 2015 gibt es die Kooperation. Seit Mitte des Jahres 2018 sind neben dem Thomas Sport Center, Prof. Dr. Peter Peschel von der DIU Dresden und der Schneider + Partner GmbH nun auch die Laufszene Events GmbH und die Dr. Ulla Nagel GmbH mit im Boot und beraten gemeinsam, jeder in seiner Profession, kleine und mittelständische Unternehmen und Einrichtungen zum Thema.

Die Arbeitswelten sind im Wandel, ohne Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) und Betriebliche Gesundheitsförderung (BGF) kommt heute und erst recht zukünftig kein Unternehmen, keine Einrichtung mehr aus. Angesetzt werden muss an den Arbeitsrealitäten: Viel Sitzen, wenig Bewegung,

falsche Ernährung, ungesunder Tagesrhythmus, Informations- und Reizüberflutung, Stress, Überlastungen, sinkende Motivation – all dies sind neue Herausforderungen im Bereich der physischen und psychischen Belastungen, die zu Krankheits- und Ausfallkosten führen. Was hilft der Gesundheit der Mitarbeiter langfristig? Präventionsmaßnahmen durch Betriebliches Gesundheitsmanagement sind eine Antwort. Die Mitarbeiter sind unser höchstes Gut, erst recht in Zeiten des Fachkräftemangels.

Im Oktober startete das KT BGM eine Veranstaltungsreihe mit dem Titel „Gesunde Mitarbeiter = Gesundes Unternehmen“. Über 120 sächsische Unternehmer und Personalverantwortliche folgten am 23. Oktober 2018 der Einladung in die Ball-sportARENA Dresden.

Im Podiumsgespräch diskutierten Prof. Dr. Peter Peschel, Dr. Ulla Nagel, Geschäftsführerin Personal- und Unternehmensentwicklung der Dr. Ulla Nagel GmbH, Markus Flack, Leiter Gesundheitsmanagement vom Thomas Sport Center, und Nadine Jokel, Leitung Gesundheitsförderung der Company move GmbH, über den Wandel der Arbeitswelten, warum BGM und BGF sinnvoll sind und welche Möglichkeiten der Umsetzung von BGM und BGF es gibt. Sie zeigten anschaulich, warum das Rundpaket BGM wichtig ist – von der Analyse, was Unternehmen und Mitarbeiter benötigen, über die Auswertung bis zur individuellen Umsetzung. Deutlich wurde, wie umfangreich das Betriebliche Gesundheitsmanagement angesetzt werden kann.

Das Best-Practice-Beispiel der Dresdner Verkehrsbetriebe gab Einblick in den Arbeitsalltag unterschiedlicher Mitarbeitergruppen: Problemstellung Nachtarbeit, sitzende Tätigkeit der Bus- und Straßenbahnfahrer etc. Durch entsprechende Maßnahmen des BGM stieg die Motivation und Verweildauer der Mitarbeiter. Letztlich zahlt sich BGM auch für das Unternehmensimage und die Arbeitgebermarke aus.

Das Beispiel des Universitätsklinikums Dresden überraschte und überzeugte gleichermaßen. In Gesundheitsunternehmen wie einem Klinikum denkt man als Außenstehender nicht sofort an Gesundheitsmanagement für die Klinikmitarbeiter, im Fokus steht ja das Wohl der Patienten. Aber gerade hier braucht das gesamte Klinikpersonal – insbesondere Schwestern, Pfleger, Ärzte, Laboranten – gesunde Arbeitsbedingungen, um den Arbeitsalltag der Pflege zu bewältigen. Vor zehn Jahren hat sich die Universitätsklinik Dresden für das BGM entschieden und es seitdem mit entsprechenden Angeboten und Maßnahmen stetig ausgebaut.

Ähnlich auch die DKMS Life Science Lab GmbH. Hier ging es um die Einführung einer Gefährdungsbeurteilung für psychische Gesundheitsrisiken – ein Aspekt, der häufig beim BGM/BGF noch zu kurz kommt.

Reinhardt Schmidt, Geschäftsführer der Laufszenen Events GmbH, zeigte auf, dass Laufveranstaltungen und -events für Unternehmen und deren Mitarbeiter ein guter Einstieg ins BGM sind. Laufveranstaltungen eignen sich, um Mitarbeiter abzuholen und zu motivieren. Sie fördern Zusammenhalt, Kommunikation und Verständnis untereinander, auch team- und abteilungsübergreifend. Und sie lassen sich einfach und günstig im Unternehmen umsetzen. Die gemeinsame Teilnahme an Laufveranstaltungen schließlich stärkt langfristig das Wir-Gefühl.

Auch steuerlich kann BGM für Unternehmen und Einrichtungen interessant sein, erläuterten Anja Werner, stellvertretende Teamleiterin, und Carsten Pohl, Steuerberater und Teamleiter, beide von S+P. Der Gesetzgeber hat im Jahressteuergesetz bereits 2009 eine Steuerbefreiungsvorschrift mit dem Ziel der Verbesserung des allgemeinen Gesundheitszustands und der Stärkung der betrieblichen Gesundheitsförderung erlassen. Demnach sind Leistungen des Arbeitgebers bis zu einem Freibetrag von 500 Euro im Jahr je Arbeitnehmer zusätzlich



zum Lohn bzw. Gehalt steuerfrei. Die Größe des Unternehmens spielt dabei keine Rolle. Gefördert werden Maßnahmen, die der Primärprävention und der betrieblichen Gesundheitsförderung dienen. Konkret sind das Maßnahmen, die den Bewegungsmangel reduzieren, eine gesunde Ernährung für die Mitarbeiter unterstützen und der Suchtbewältigung dienen. Außerdem werden Maßnahmen gefördert, die zur Stressbewältigung und Entspannung beitragen, auch um stressbedingte Gesundheitsrisiken zu minimieren. Bei externen Sportkursen ist darauf zu achten, dass nur jene Leistungen steuerfrei absetzbar sind, die von qualifizierten und zertifizier-

ten (!) Anbietern erbracht werden, also etwa entsprechenden Fitnesscentern oder Physiotherapiepraxen.

Die Veranstaltung brachte es auf den Punkt: Betriebliches Gesundheitsmanagement ist ein Zukunftsthema. Es lohnt sich, in die Gesundheit der Mitarbeiter zu investieren, denn: Gesunde Mitarbeiter = Gesundes Unternehmen! Die nächste Veranstaltung der Reihe ist für den 6. März 2019 geplant. Bitte vormerken! ■

+ www.kompetenzteam-bgm.de



TOLLE GESUNDHEITS- TAGE 2018 BEI S+P

Schneider + Partner hat in den letzten Jahren kontinuierlich ein Betriebliches Gesundheitsmanagement für die Beschäftigten aufgebaut. Es gibt zahlreiche bewährte Angebote, die auch rege genutzt werden. Von der gesunden Mittagsversorgung über die Massage, eine optimierte Arbeitsplatzgestaltung, Laufevents und Laufgruppe mit eigenem Trainer, das Fitnessstudio-Abo beim TSC und bei Kieser oder das Firmen-Volleyballturnier bis hin zum Gesundheitstag ist das Angebot für unsere Mitarbeiter sehr vielfältig. Der Gesundheitstag findet seit 2008 einmal jährlich statt. Hier arbeitet S+P mit Kooperationspartnern wie dem Thomas Sport Center oder der BARMER zusammen.

Und das war 2018: Der Gesundheitstag vervielfältigte sich. Ursprünglich sollte es nur ein Gesundheitstag plus Grippe-schutzimpfung werden, aber aufgrund

des großen Interesses der Mitarbeiter wurden es gleich fünf gesundheitstolle Tage. So wurden an den ersten Tagen neben dem Stresslevel und der Herzfrequenz auch die Rücken- und Bauchmuskeln unter dem Gesichtspunkt des Fitnesslevels vermessen, ebenso wurde das aktuelle Hörvermögen getestet.

Für viele waren die Anregungen zum gesunden Essverhalten im Vortrag mit dem überraschenden Titel „Fit durch Fett“ von Ernährungscoach Uwe von Renteln ein neuer interessanter Ansatz, die eigenen Ernährungsgewohnheiten zu überdenken. Er zeigte, wie man ein der Gesundheit zuträgliches Essverhalten besser verinnerlichen und alltags-tauglich gestalten kann. Manch einer lässt inzwischen das Frühstück ausfallen oder ist von süß und kohlenhydrathaltig auf herzhaft und eiweißhaltig umgestiegen. Zu guter Letzt wurden am dritten

Tag in mehreren Erste-Hilfe-Kursen neben der Auffrischung der Theorie auch unzählige Verbände angelegt, die stabile Seitenlage geübt und viele längst vergessene Tricks und Kniffe bei der Ersten Hilfe wieder in Erinnerung gebracht. Am Impftag bildeten sich Warteschlangen, denn viele Kolleginnen und Kollegen wollten sich mit der Grippe-schutzimpfung wappnen, um den Viren in diesem Winter zu trotzen.

Schließlich fanden noch Faszienkurse unter fachkundiger Anleitung eines Trainers von der Barmer statt. Hier wurden einfache, aber sehr wirksame Übungen mit der Faszienrolle gezeigt, die sich jederzeit unkompliziert im Büro durchführen lassen. Die Rolle und ein Übungsblatt gab es gleich dazu. Der eine oder andere rollert nun ab und zu zur Entspannung im Büro an der Wand entlang ...



Das besondere Sommernachtskonzert

Wir fördern den musikalischen Nachwuchs

Gemeinsam laden Schneider + Partner, das Bankhaus Lampe und der Uhrenhersteller A. Lange & Söhne, Glashütte, seit einigen Jahren jeweils im August Kunden und Mandanten nach Schloss Moritzburg zu einem exklusiven Sommernachtskonzert im Rahmen des Moritzburg Festivals ein. Aufgrund der begrenzten Kapazität sind die Plätze regelmäßig schnell vergeben. Das Schloss bietet einen würdigen Rahmen für Empfang und Konzert und das Wetter tut bisher ein Übriges. Üblicherweise erwartet die Besucher nicht nur ein wunderbares Klangerlebnis, sondern auch ein lauer Sommerabend, der sich mit einem Glas Wein und guten Gesprächen auf der Terrasse des Schlosses fast wie Urlaub anfühlt. An diesem Abend erhalten exzellente Künstler aus aller Welt unter der Leitung und Mitwirkung von Jan Vogler, dem künstlerischen Leiter des Moritzburg



Festivals, die Gelegenheit, ihr Können, ihre Virtuosität und Vielseitigkeit unter Beweis zu stellen – ein Kunstgenuss der Extraklasse für das Publikum. Damit dieses exzellente Musikereignis auch in Zukunft gesichert bleibt, ist die Nachwuchsförderung ein bedeutendes

Anliegen des Moritzburg Festivals und auch dieses gemeinsamen Konzertabends.

Das Moritzburg Festival hat sich seit seiner Gründung 1993 als eines der renommiertesten Kammermusikfestivals weltweit etabliert. Mitgründer und künstlerischer Leiter ist der Cellist Jan Vogler. Alljährlich im August treffen sich Solisten der internationalen Musikszene und herausragende Nachwuchskünstler aus aller Welt in Moritzburg und erarbeiten gemeinsam neue Interpretationen kammermusikalischer Werke. Sie präsentieren diese in dynamisch wechselnden Besetzungen, die so nur beim

Moritzburg Festival zu erleben sind. Seit Gründung der Moritzburg Festival Akademie im Jahr 2006 haben junge Musiker die Möglichkeit, intensiv an gemeinsamen Programmen zu arbeiten und sich in verschiedenen Konzertformaten einem breiten Publikum vorzustellen.

Wenn auch Sie mit Ihrem Unternehmen das Festival und die Nachwuchskünstler unterstützen und Ihren Kunden einen exklusiven Musikgenuss bieten möchten, sprechen Sie uns gern an. ■

+ Kontakt

Knut Michel
Schneider + Partner GmbH
knut.michel@schneider-wp.de

Eva Donsbach
Bankhaus Lampe KG, Niederlassung Dresden
eva.donsbach@bankhaus-lampe.de

Wir bedanken uns bei unseren Mandanten für ihr Vertrauen und bei unseren Mitarbeitern für ihre hervorragende Arbeit. Wir wünschen allen einen guten, erfolgreichen und vor allem gesunden Start ins Jahr 2019 und freuen uns auf die weitere gute Zusammenarbeit.

Die Geschäftsführung

Nachrichten

Prozessoptimierung leicht gemacht

Geht Ihnen das auch so? Die Nutzung von Online-Lösungen wie DATEV Unternehmen online (oder anderer Online-Plattformen) für die Digitalisierung der Belege, die Online-Führung der Rechnungsbücher und die problemlose Überweisung ohne nochmalige Erfassung der Überweisungsdaten sind wirklich sehr effektive Lösungen und sparen eine Menge Zeit. Aber die Rechnungsbelege werden immer erst gescannt, wenn der Chef und/oder andere Kollegen den Beleg auch freigegeben haben. Alles nicht wirklich optimal, zumal man dann wieder prüfen muss, ob tatsächlich alle Belege bereits online erfasst wurden.

Besser wären doch also, die digitale Erfassung der Belege direkt mit dem Posteingang zu verbinden und eine digitale Freigabekette mit Schnittstelle zu den Systemen von DATEV Unternehmen online zu schaffen und eine tägliche automatisierte Freigabe-Erinnerungsmail an alle Beteiligten zu senden. Da bleibt dann nichts mehr liegen oder geht unter. Schneider + Partner testet mit Flowwer deshalb gerade ein mögliches Produkt als fehlendes Bindeglied in der eigenen digitalen Prozesskette, das wahrscheinlich auch in der vieler Mandanten zum Einsatz kommen könnte. Im nächsten TEAMGEIST werden wir über unsere praktischen Erfahrungen berichten.

Zusatzqualifikationen erworben

Aus-, Fort- und Weiterbildung werden bei S+P von jeher groß geschrieben und gefördert. In diesem Jahr haben zwei Mitarbeiter wichtige Zusatzqualifikationen erworben: StB Marion Köhler, stellv. Teamleitung Team Beratung, hat bei der Steuerberaterkammer Sachsen erfolgreich die Prüfung zur Fachberaterin für Internationales Steuerrecht abgelegt und WP StB Christian Seeberg aus dem Münchner Team hat die Zusatzqualifikation zum IT-Auditor am Institut der Wirtschaftsprüfer erworben. Herzlichen Glückwunsch!

Marion Köhler



Christian Seeberg



Herzlichen Glückwunsch

Wir gratulieren ganz herzlich zum langjährigen Firmenjubiläum und bedanken uns für die vielen Jahre unermüdlichen Schaffens.



**Daniela
Müller**



**Katrin
Thomschke**



**Stefan
Kurth**



**Daniela
Hartmann**



**Susanne
Liedtke**



**Carolin
Buchert**

**Velko
Naumann**



**Petra
Pfützner**



**Sybille
Hering**





3 x Hoch

auf die Niederlassung Chemnitz



Die S+P-Niederlassung Chemnitz konnte 2018 auf 25 erfolgreiche Jahre zurückblicken. Ganz klein, mit einer Mitarbeiterin – Regine Jeske –, ging es am 15. Juni 1993 los. Erst im Herbst desselben Jahres kam ein zweiter Kollege dazu. Aktuell besteht das Team aus 16 Steuerberatern, Bilanzbuchhaltern und Steuerfachangestellten, die rund 300 Mandanten und Mandantengruppen, vor allem der Heil- und Heilnebenberufe, aber auch Dienstleistungsunternehmen und Unternehmen der Baubranche betreuen – seit Frühjahr 2016 in den neuen Räumlichkeiten in der Ludwigstraße, in denen sich die Mitarbeiter sehr wohlfühlen und ihre Mandanten gern empfangen.

„Das mittelfristige Ziel für den Standort Chemnitz ist es, S+P in Chemnitz bekannter zu machen, die Mitarbeiterzahl auf 20 bis 25 Kolleginnen und Kollegen zu erhöhen und auch vor Ort auszubilden. Mit professioneller und lösungsorientierter Arbeitsweise werden wir die bestehende Mandantschaft weiterhin an uns binden, auf deren Empfehlung setzen und über eigene Akquise neue Mandanten für eine partnerschaftliche Zusammenarbeit gewinnen. Dies ist natürlich ein Prozess, der sich entwickeln muss“, so Stefan Kurth von der S+P-Geschäftsführung.

Zünftig und gleich mehrfach wurde das Jubiläum begangen. Nachdem im Juni 2018 im Rahmen des S+P-Sommerfestes (mit den einzigen Regenschauern des Sommers) mit allen

Mitarbeitern kräftig 25 Jahre Niederlassung Chemnitz gefeiert wurde, gab es im September mit ausgewählten Mandanten, Geschäfts- und Netzwerkpartnern einen Empfang im Rahmen der TOP Lounge Chemnitz 2018.

An der TOP Lounge nehmen traditionell zahlreiche Personen der Chemnitzer Öffentlichkeit – Unternehmer, Künstler, Politiker, Anwälte und andere – teil. Ziel an diesem Abend war es, Schneider + Partner diesem Personenkreis etwas bekannter zu machen. Es war auch eine schöne Gelegenheit, Regine Jeske als Mitarbeiterin der ersten Stunde, Teamleiterin und Gesicht der Niederlassung in Chemnitz öffentlich zu ehren, verbunden mit herzlichen Glückwünschen zum Geburtstag, den sie just an diesem Tag hatte.

Es gab gute Gespräche und ein sehr niveauvolles Kulturprogramm des Studio W. M., außerdem wurde Dr. Bußmann, der neue Direktor der Kunstsammlungen Chemnitz, in die Chemnitzer Gesellschaft eingeführt. Das war mal eine Jubiläumsfeier der etwas anderen Art.

Ganz intim, weil unter sich, war das Chemnitzer Team dann schließlich noch gemeinsam abendessen, dabei wurde auf das Jubiläum und die weitere gute Zusammenarbeit angestoßen. Ein ganz großes Dankeschön geht an dieser Stelle an alle Kolleginnen und Kollegen der Niederlassung Chemnitz für ihr hohes Engagement in den vergangenen Jahren! ■

Sanieren, beraten, restrukturieren

20 Jahre Graf Treuhand GmbH

Das diesjährige Mitarbeiter-Sommerfest von Schneider + Partner, Graf Treuhand und Mulansky + Kollegen stand ganz im Zeichen zweier Jubiläen, eines davon 20 Jahre Graf Treuhand GmbH (GTG). Als Ehrengast begrüßte die GTG-Geschäftsführung den Namensgeber und Mitgründer Hannes Graf, der spontan auf der Bühne einige Anekdoten von den Anfängen zum Besten gab. So erfuhren die Zuhörer etwa, dass die Graf Treuhand ursprünglich unter dem Namen Auditax startete. „Wir schreiben das Jahr 1998, die Pläne für eine Ausgründung der auf Insolvenzen spezialisierten Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung liegen in der Schublade, es fehlt nur noch ein Name, der schnell gefunden wurde: Hauptgeschäft sind Wirtschaftsprüfung und Steuern, das klingt langweilig, also fix ins Englische übersetzt, zusammengezogen und die Auditax GmbH war geboren“, berichtet Hannes Graf. Jedoch hielt die Freude nicht lange an, es meldete sich ein Münchner Unternehmen, das bereits unter diesem Namen praktizierte. „Wir standen also wieder am Anfang. Dieses Mal wollten wir einen wasserdichten Firmennamen finden, und was liegt da näher, als den eigenen Namen zu nehmen“, berichtet der Namensgeber mit einem Schmunzeln. Die Umfirmierung in Graf Treuhand GmbH erfolgte im März 2001. Drei Jahre später wurde Mario Litta zum Geschäftsführer bestellt. Nach der Entscheidung von Hannes Graf, sich aus dem Geschäftsleben zurückzuziehen, erweiterte Martin Lorenz den Kreis als Geschäftsführer.

Über die Jahre hat sich die Mitarbeiterzahl vervielfacht. Der Start erfolgte mit vier Mitarbeitern auf der Pohlandstraße, mittlerweile arbeiten rund 80 Mitarbeiter an sechs Standorten – in Dresden, Chemnitz, Berlin, Leipzig, Lübben und München. „Angefangen hat GTG zu-

nächst mit den Abteilungen Finanzbuchhaltung, Steuerberatung, Eröffnungsbilanz/Tabelle, Lohn und Jahresabschluss. Diese Abteilungen existieren noch heute. Zudem sind wir mit neuen Produkten in den Markt gegangen und haben in der Folge die Abteilungen Planung, Forensik-Service und Arbeitnehmerangelegenheiten etabliert“, fasst Martin Lorenz das aktuelle Portfolio von GTG zusammen.

Die letzten 20 Jahre bei GTG sind voll spannender, nervenaufreibender, erfreulicher, witziger, aber auch langwieriger Projekte. Im Zuge der Vorbereitungen des Jubiläums erinnert sich Mario Litta besonders an eine kuriose Geschichte: „Es war Heiligabend, wir mussten in

Abend dann doch bei der Familie verbringen konnten.“

Graf Treuhand bedeutet nicht nur 20 Jahre Beratung, Sanierung und Restrukturierung, sondern auch Zusammenhalt und gemeinsames Feiern. Überraschung des Tages war eine zünftige Geburtstagstorte, mit der die Organisatoren des Sommerfestes die Jubilare beschenkten. Gemeinsam mit Dr. Bernd Kugelberg, einem der Gründer von Schneider + Partner, schnitt Mario Litta diese an, und beide brachten die Hoffnung zum Ausdruck, dass die Zukunft noch zahlreiche gemeinsame Projekte zwischen den zusammenarbeitenden Unternehmen bereithalten wird. ■



einem Unternehmen unbedingt noch Buchhaltungsunterlagen sicherstellen, nur leider hatte die Security uns vergessen und die Türen verschlossen, wir waren eingesperrt. In kaum mehr vorstellbaren Vor-Handy-Zeiten war die Kontaktaufnahme nach draußen eine kleine Herausforderung, die wir jedoch meisterten, sodass wir den Heiligen

**Herausgeber:**

Schneider + Partner GmbH
Niederlassung Dresden
Lortzingstraße 37, 01307 Dresden
Telefon 0351 34078-0
Fax 0351 34078-99

Redaktionsleitung:

Sybille Höhne

Redaktion:

Sybille Höhne
Antje Piossek
Anke Richter-Baxendale
Klaus Schneider
Katja Siepmann
Torsten Sommer

V. i. S. d. P.:

StB Knut Michel

Gestaltung:

machzwei – Gestaltung & Kommunikation
Rothenburger Straße 7, 01099 Dresden
Telefon 0351 862753-0
Fax 0351 862753-19
www.machzwei.net

Fotografie + Illustration:

Frank Grätz (2, 4–7, 10, 17)
Oliver Killig (19)
Schneider + Partner GmbH
(3, 16, 20–24)
thinkstock:
Martinhosmart (1, 4–5)
Creative-Touch (9)
Ellerslie77 (12)
Aleksai_Derin (14)
Believe_In_Me (18)

Druck:

Elbtal Druck & Kartonagen GmbH
Löbtauer Straße 67, 01159 Dresden
Telefon 0351 213035-0
Fax 0351 213035-99
www.elbtaldruck.de

www.schneider-wp.de