



Ulf Hausmann
Konzleiberater

„DIE ZEICHEN DER KRISE WERDEN FALSCH INTERPRETIERT“

Was sind für Sie als Strategieberater die Kernthemen, mit denen sich Steuerkanzleien jetzt und in den kommenden Jahren beschäftigen müssen?

Es geht um sehr grundsätzliche Fragen – Steuerberater müssen ihr Geschäftsmodell überdenken. Das hat damit zu tun, dass sich grundlegende Dinge verändern, unter anderem

durch den demografischen Wandel und die Digitalisierung. Plötzlich sind „berufsfremde“ Wettbewerber – Anbieter von Online-Buchhaltung – auf dem Markt, die einen nicht unerheblichen Teil des täglichen Steuerberatergeschäfts grundsätzlich infrage stellen und einen Teil vom Kuchen beanspruchen. Die Datenerfassung, die heute noch für etwa ein Drittel des Umsatzes

gut ist, wird sukzessive wegfallen. Denn die neue Generation von Unternehmern überlässt die Buchhaltung und Lohnabrechnung nicht mehr so einfach dem Steuerberater. Steuerberater haben die Kompetenzführerschaft in Sachen Buchhaltung verloren. Daher sind heute unternehmerische Fähigkeiten gefordert: Sich für bestimmte Zielgruppen besonders engagieren

und im Detail individuelle Dienstleistungen anbieten, die zu den Problemen und Fragestellungen der Zielgruppen passen. Entsprechend müssen Fähigkeiten der Mitarbeiter entwickelt werden. Mit solchen unternehmerischen Aufgaben mussten sich Steuerberater bisher nicht beschäftigen.

Welche Erfahrungen machen Sie in Ihren Workshops „Steuerberatung 2020“, in denen Sie Steuerkanzleien im Hinblick auf Ihre Zukunftsorientierung beraten? Wie sehen die Prozesse in den meisten Kanzleien heute aus?

In meine Workshops kommen eher solche Kanzleien, denen – insbesondere in den vergangenen zwölf Monaten – klar geworden ist, dass sich etwas Grundlegendes ändert, dass die gewohnte Geschäftsgrundlage tendenziell schwindet. Sie gehören zu der insgesamt noch eher kleinen Gruppe, die sich bereits aktiv um die unternehmerischen Themen kümmert. Es gibt Neugründungen, die von Beginn an ihre Kanzleientwicklung an einer Vision orientieren. Aber es sind auch Kanzleien von Inhabern dabei, die bereits über 50 sind und – obwohl das Ende ihrer Inhaberschaft absehbar ist – die Notwendigkeit sehen, ihre Kanzlei neu auszurichten.

Die große Masse der Kanzleien ist aber aus meiner Sicht mit der Zustandsbeschreibung „permanent überlastet“ zutreffend beschrieben; sie finden nicht die Zeit und haben auch nicht die Intention, sich mit der strategischen Ausrichtung der Kanzlei zu beschäftigen. Daraus, dass die Kanzlei voll ausgelastet ist, wird geschlossen, dass alles in Ordnung ist. Darin liegt meines Erachtens ein gravierendes Missverständnis: Die dauernde Überauslastung und der chronische Mangel an Zeit für alles werden nicht als das interpretiert, was sie sind, nämlich als Krise, die dringend ein Umdenken erfordert. Viele Kanzleien sehen daher den Handlungsbedarf noch zu gering.

Ist die aus Ihrer Sicht falsche Bewertung der aktuellen Situation auch die Ursache, warum sich heute noch wenige Kanzleien mit den Möglichkeiten beschäftigen, die das Internet und Cloud-Technologien bieten?

Ja, die Grundvoraussetzung muss gegeben sein, dass man sich die Zeit nimmt, sich mit der Zukunft und den aktuell verfügbaren neuen Technologien zu beschäftigen. Das bedeutet nämlich immer, kurzfristig auf Umsatz zu verzichten beziehungsweise Überkapazitäten vorzuhalten. Diese Entscheidung muss bewusst rechtzeitig getroffen werden. Zudem muss die chronische Überlastung generell hinterfragt werden: Warum ist die Kanzlei nicht in der Lage, Kapazitäten und Nachfrage so zu organisieren, dass alles im Fluss ist? Als akute Sofortmaßnahme kann man einerseits die Mandanten unter die Lupe nehmen: Welche Mandanten verursachen einen unangemessenen Aufwand? Andererseits muss insbesondere die Kanzleiorganisation angepackt werden. Die Kapazitätsplanung ist zu untersuchen. Dann ist zu klären, welche Dienstleistungen man zukünftig anbieten will, und welches Team mit welchen Fähigkeiten und welchen Technologien man einsetzen will. Vor dem Hintergrund einer solchen grundlegenden Analyse ergibt sich der Zugang zu der Frage, wie man das Internet und neue Technologien dafür nutzen kann.

Warum spielt die Digitalisierung eine so zentrale Rolle in der Weiterentwicklung der Steuerberatung?

Ein wichtiger Treiber der Digitalisierung im Bereich der Steuerberatung ist E-Government: Der Staat hat ein Interesse daran, das Einziehen der Steuern zu vereinfachen und hat in Deutschland mit der VaSt, der Vorausgefüllten Steuererklärung, einen Anfang gemacht, weitere Schritte werden mit GINS-TER, dem Grundinformationsdienst

Steuern, folgen. In Großbritannien ist man schon weiter, dort werden ab 2017 bis zu 4 Millionen Steuererklärungen aufgrund der dem Staat vorliegenden Daten erstellt.

Der andere große Treiber sind die Mandanten, die immer digitaler arbeiten. Die Kanzleien müssen Antworten darauf haben, wie sie den Wunsch der Mandanten nach immer mehr digitalem Austausch erfüllen können.

Welche Bedeutung haben aus Ihrer Sicht die sozialen Medien für den Kanzleierfolg?

Eine Kanzlei ohne Strategie und Vision kann mit den sozialen Medien wenig anfangen. Um sie als Kanzlei effektiv zu nutzen, bedarf es einer klaren Zielgruppenansprache. Wenn diese Voraussetzung gegeben ist, werden die sozialen Medien für die Kanzleien zu einem wichtigen Kommunikationskanal, der weiter an Bedeutung gewinnen wird, da die neue Generation der Mandanten und Mitarbeiter diese Medien ganz selbstverständlich nutzt.

Sie waren auf der Veranstaltung „ADDISON move on – Get the Power 2016“ in Berlin und haben sich ADDISON OneClick 2.0 angeschaut. Wie schätzen Sie die Lösung im aktuellen Marktumfeld ein?

Das war eine großartige Veranstaltung zu den aktuellen Themen der Branche – mit vielen Ideen zur Zukunft der Steuerberatung. ADDISON OneClick ist eine sehr zeitgemäße Lösung für die Zusammenarbeit zwischen Steuerberater und Mandant, die stringent durchdacht ist und den gesamten Prozess im Fokus hat. Sie macht zum Beispiel aus den Erstellungsprozessen in der Fibu einen durchgängigen Prozess ohne Brüche zwischen Mandantenunternehmen und Kanzlei. Damit gibt es eine Kanzleisoftware, die an die Zusammenarbeit mit dem Mandanten so kompakt herangeht, wie man es von innovativen Online-Lösungen erwartet.