

# VR-BUSINESS

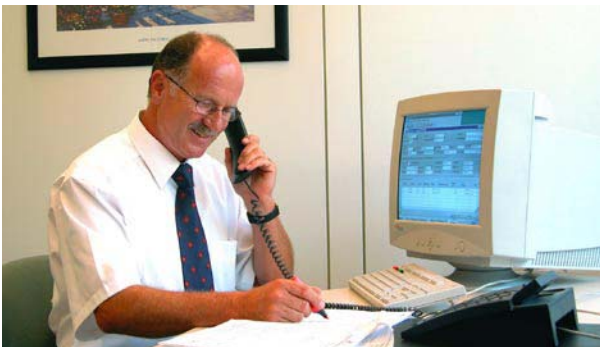
Praxiswissen für unsere Gewerbe- und Firmenkunden

Februar | 2007

## Kleinbetriebe weiten Internetpräsenz aus: Firmenwebsites effektiv gestalten

In einer typischen deutschen Kleinstadt haben von 15 Elektrikern gerade zwei Anbieter eine eigene Website. Nahezu alle Firmen waren indes mit ihren Kontaktdaten in einem Firmenverzeichnis bzw. auf einer Plattform im Internet vertreten. Doch die Tendenz zu einer eigenen Firmen-Website steigt. Kleinbetriebe zielen analog zu den großen und mittelständischen Unternehmen zunehmend auf eine eigene Webpräsenz ab. Kai Endres, Spezialist für Inhalte im Internet, hat mit seiner Firma „Webtext Solutions“ eine Erhebung durchgeführt. Er kennt die Fragen der Betriebsinhaber: Brauche ich eine eigene Website oder brauche ich sie nicht? Wenn ja, wie kann ich sie attraktiv und kostenbewusst gestalten?

Endres empfiehlt als Basis-Lösung eine Firmen-Website mit fünf Seiten. Besonders wichtig ist die Produkt- oder Dienstleistungsbeschreibung. Hier empfiehlt es sich, alle wichtigen Informationen auf einer Bildschirmseite unterzubringen, sodass die Besucher der Website nicht scrollen, also nicht nach unten blättern müssen. Detailinformationen sollten, so Endres, besser auf untergeordneten Seiten eingestellt werden oder als Druckversion zum Download zur Verfügung stehen.



Ebenso wichtig ist der Navigationspunkt „Firmenprofil“. Dort finden sich in aller Regel Informationen zur Geschichte, Philosophie und den Zielen der Firma. „Referenzen“ bietet sich als Extra-Seite an, wenn die Firma namhafte Kunden oder interessante Aufträge vorzuweisen hat. Ergänzt werden diese Inhalte natürlicherweise durch eine Kontakt-Seite.

Das Impressum ist eine rechtlich zwingende Voraussetzung für eine Website. Aus ihm muss anhand gesetzlicher Vorgaben hervorgehen, wer die jeweilige Website betreibt. Es empfiehlt sich, diesen Punkt aus der Hauptnavigation auszulagern.

„Bilder unterhalten, Worte verkaufen“, so lautet das Motto des Webtexters für die Aufteilung zwischen Inhalt und Design. „Gibt es nur Worte, fühlt sich der Nutzer sehr schnell gelangweilt. Es gilt, einen grafischen Blickfang zu bieten“. Aber wie hält sich eine Firmen-Website dauerhaft attraktiv? Eine Möglichkeit ist laut Endres das regelmäßige Verschicken eines Newsletters per E-Mail. Damit werden sowohl die Firma als auch die Website regelmäßig in Erinnerung gerufen.

Der finanzielle und technische Aufwand für die Einrichtung einer Website kann sehr hoch sein. Doch auch mit bescheidenem Budget lassen sich attraktive Internetauftritte schaffen. Diese haben dann klare Vorteile gegenüber anderen Werbemitteln, so Endres: „Wenn die Website erst einmal steht, ist der Aktualisierungsaufwand denkbar einfacher als bei anderen Medien wie z. B. einer Broschüre“.

## Leitfaden für elektronische Aktenführung

Geschäftsprozesse werden immer häufiger ausschließlich digital abgewickelt und dokumentiert. Damit ändern sich die Anforderungen, geschäftliche Vorgänge aufzuzeichnen, auch wenn die eigentlichen Gesetze weitgehend gleich geblieben sind. Das so genannte „Records Management“ hilft dabei, die unterschiedlichen rechtlichen Forderungen zu erfüllen. Damit können Dokumente zunächst optimal genutzt und später ordnungsgemäß archiviert werden. Darauf verweist der BITKOM (Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien) in seinem neuen Leitfaden „Records Management“.

Vorstände und Geschäftsführer haften häufig persönlich und gesamtschuldnerisch für die Einhaltung der gesetzlichen Anforderungen zur Aktenführung. Da diese Regeln heute einen direkten Bezug zur technischen Umsetzung haben, werden die Personen an der Spitze eines Unternehmens verantwortlich für die Architektur und den Umgang mit der IT. Geschäftsführung bzw. Vorstand müssen nicht nur die technische Lösung bereitstellen, sondern auch die notwendigen Strategien und Standards definieren sowie die Prozesse und Strukturen anpassen.

► Informationen über die gesetzlichen Anforderungen zur Aktenführung und die Einführung von Records Management Systemen liefert der BITKOM-Leitfaden „Records Management“, der als kostenloser Download auf der EIC-Website zur Verfügung steht: [www.eic-vr.de](http://www.eic-vr.de), Rubrik „Aktuelles / Nachrichten“.

## Aus dem Inhalt

**Vertrieb:** Kunden erwarten Mehrwert und Service | Seite 2

**Steuererklärung:** Mit ELSTER Zeit und Papier sparen | Seite 3

## Neue Herausforderungen im Vertrieb: Kundenbindung durch Service-Pakete und soziale Kompetenz

Ob in Großunternehmen, im Mittelstand oder bei Kleinunternehmen – der Vertrieb steht heute vor neuen Herausforderungen. Und damit auch die Schulung von Mitarbeitern und Führungskräften für den Vertrieb. Angelika Proll, Geschäftsführerin der Deutschen Verkaufsleiter Schule (DVS) in München, kennt die geänderten Rahmenbedingungen und Kompetenzanforderungen.

### 1. Produkte und Dienstleistungen sind sehr vergleichbar geworden.

Wenn Angebote sich stark ähneln, ist eine Argumentation über Vorteile und Nachteile allein nicht ausreichend.

### 2. Dem Kunden ist die Größenklasse des Anbieters egal – sofern seine Anforderungen erfüllt werden

Die Kunden fragen in erster Linie: Was habe ich jetzt davon? Immer öfter wollen sich Kunden die erzielbaren Wirkungen anhand betriebswirtschaftlicher Kennzahlen aufzeigen lassen.

### 3. Die Kunden erwarten Mehrwert und Service.

Mehrwert ist der Zusatznutzen über den eigentlichen Nutzen hinaus. Meistens handelt es sich um eine zusätzliche Dienstleistung, um die das Kernangebot ergänzt wird. Das können Services im Bereich der Organisation sein oder Finanzierungsangebote. Oftmals erwarten Kunden laut Proll gleich eine Komplett-Lösung inkl. Logistik- und Finanzierungsleistung. Kann ein Kleinunternehmen das Paket nicht selbst schnüren, muss es sich unter Umständen externe Kooperationspartner suchen.

Vertriebsleute vereinigen daher im Idealfall breites Fachwissen und betriebswirtschaftliches Know-How auf sich. Doch das allein reicht nicht aus: Besonders wichtig ist die soziale und kommunikative Kompetenz der Verkäufer, weiß DVS-Geschäftsführerin Proll. „Schüchtern darf ein Vertriebler zwar sein, aber er darf keine Angst haben, auf andere Menschen zuzugehen.“ Ein weiterer Aspekt ist die hohe Eigenmotivation, die der Vertrieb seinen Leuten abverlangt. Sie müssen sich jeden Tag neu für ihre Aufgabe motivieren, auch wenn sie sich mehrfach eine Absage einholen. „Das ist dann so, wie wenn ein Hund sich abschüttelt und denkt, das war jetzt nicht nett, aber auf zu Neuem“.

Darüber hinaus darf ein Verkäufer laut Proll keine Abschluss-Angst haben. Er muss an der geeigneten Stelle – nachdem er eine angenehme Atmosphäre aufgebaut hat – das Gespräch zum konkreten Abschluss führen. „Ansonsten hat jemand 1.000 Kundenkontakte gehabt, aber keinen Abschluss gemacht. Manchen Leuten fällt es schwer, so deutlich zu werden“.

Gefördert werden können diese Verkäufereigenschaften in verhaltensregulierenden Trainings. Besonders effektiv ist das Nacherleben von Praxissituationen in Rollenspielen. Werden dabei Videoaufnahmen gemacht, haben die Teilnehmer die Chance auf klare Aha-Effekte: „Man sieht am Gegenüber genau, hier habe ich das Falsche gesagt.“ Und sind die Fallstricke erst einmal erkannt, dann heißt es, so Proll, „immer wieder üben und trainieren“, damit das Gelernte nachhaltig wirken kann.

In inhabergeführten Kleinunternehmen, betont die Vertriebs-Expertin, wird oftmals sehr stark über die Person des Inhabers verkauft und die Kundenbindung ist intensiv. Bei der Übergabe an einen Nachfolger kann die Kundenbindung jedoch verloren gehen. Dann lautet die Herausforderung: Alte Kunden zurück- und Neukunden hinzugewinnen.

## Impressum



Herausgeber und Verlag:  
Deutscher Genossenschafts-Verlag eG  
Postfach 2140  
65011 Wiesbaden

Redaktion:



Dow Jones News GmbH

Inhalt nach bestem Gewissen, aber ohne Gewähr  
Stand: 31. Januar 2007

## Small Talk kann Türen öffnen

Ob bei Betriebsfeiern, Kundengesprächen oder Branchenveranstaltungen – Small Talk ist die hohe Kunst der simpleren Worte, die Türen öffnen kann. Nach Erfahrung der Karriereberaterin Brigitte Marx-Lang vom „Büro für Perspektivenentwicklung und Selbstmanagement“ ist die Scheu vor der leichten Plauderei jedoch weit verbreitet. Wer den ersten Schritt macht und einen unverfänglichen Satz in die Runde wirft, kann sich daher oftmals der Dankbarkeit der anderen sicher sein.

Gute Ansatzpunkte sieht Marx-Lang in Zeitungen, Fernsehen und anderen Medien. Aufhänger für Small Talk können Nachrichten ebenso wie bunte Meldungen sein. Das hängt, so Marx-

Lang, von den wahrscheinlichen Interessen des Gegenübers ab.

Dabei gilt Regel Nummer 1: Den Gesprächspartner nicht mit dem eigenen Wissen erschlagen. Ist der erste Schritt erst einmal gemacht, heißt es, konsequent zuzuhören. Was hat das Gegenüber zum Thema zu sagen?

Überhaupt geht es laut Coaching-Expertin Marx-Lang darum, Gemeinsamkeiten zu entdecken. Und diese Gemeinsamkeiten können auch an der Grenze zur Banalität liegen, sofern sie denn bei den Beteiligten Interesse wecken. Völlig akzeptabel ist daher weiterhin Small Talk über das Wetter.

Verknüpft damit ist Regel Nr. 2: Positiv bleiben. Im Gegensatz zu mäkeligen Tönen erzeugt das Sympathie.

## Ansparabschreibung: Der Fiskus will's genau wissen

Wenn 2006 die Geschäfte gut gelaufen sind, liegt der Gedanke nahe, einen Teil des Gewinns auf die hohe Kante zu legen, damit er später für betriebliche Anschaffungen zur Verfügung steht. Die Ansparabschreibung für noch nicht getätigte Investitionen spart nicht nur Steuern, sondern mindert eventuell auch den Kreditbedarf. Maximal 154.000 Euro darf ein Betrieb für kommende Investitionen geltend machen und dafür bis zu 40% der voraussichtlichen Anschaffungskosten als Betriebsausgaben ansetzen. Zwei Jahre ist dann Zeit, die Rücklage durch Investitionen aufzulösen.

Doch so bequem wie es sich anhört, ist die Sache nicht. Denn die Finanzämter wollen es immer genauer wissen. Es reicht nicht mehr aus, nur die Investitionsabsicht glaubhaft zu machen. Vielmehr muss jedes einzelne Wirtschaftsgut benannt werden und zwar mit folgenden Angaben (laut BMF-Schreiben vom 25.2.2004):

- ▶ Funktion des Gegenstandes (z.B. Maschine, Computer, Büromöbel);
- ▶ Höhe der voraussichtlichen Anschaffungskosten (brutto);
- ▶ Geplanter Anschaffungszeitpunkt.

Werden die künftigen Investitionen nur mit einem Gesamtbetrag deklariert, wird das Finanzamt keine Ansparabschreibung akzeptieren. Es kann sich dabei auf ein entsprechendes Urteil des Bundesfinanzhofs berufen (BFH, Az. XI R 13/00).

Wird das Wirtschaftsgut innerhalb der nächsten zwei Jahre nicht angeschafft, muss die Rücklage aufgelöst werden. Der Preis beträgt 6% Zinsen pro Jahr, die als fiktive Betriebseinnahme gewinnerhöhend zu

buchen sind. Das betrifft auch nicht verbrauchte Rücklagenteile. Wichtig: Kleinbetriebe und Freiberufler, die eine Einnahmen-Überschussrechnung erstellen, müssen die Ansparabschreibung in die dafür vorgesehene Zeile 60 der Anlage EÜR eintragen. Das betrifft auch die Auflösung der Rücklage, die der Fiskus auf diese Weise kontrolliert.

**Beispiel für die Auflistung der Ansparabschreibungen**

Datum	Investition (netto)	Wirtschaftsjahr	Abschreibung
31.12.2006	4.000	2008	1.600
31.12.2006	3.000	2007	1.200
31.12.2006	2.500	2007	1.000
31.12.2006	800	2007	320
31.12.2006	1.500	2007	600
31.12.2006	700	2007	280
<b>Summe</b>			5.000

## Elektronische Steuererklärung: ELSTER spart Unternehmen Zeit und Papier

Seit Anfang des Jahres 2005 können Unternehmen ihre Steuerklärungen mit ELSTER (Elektronische Steuererklärung) per Internet an die Finanzämter und Steuerverwaltungen übermitteln. Die überwiegende Mehrheit der kleinen Unternehmen, die keinen Steuerberater engagieren, nutzt mittlerweile diese Möglichkeit. Nur 2% der Kleinunternehmen haben von ELSTER noch nichts gehört, wie eine Umfrage des Marktforschungsinstituts TechConsult im Auftrag von Microsoft Deutschland belegt.

Der Hauptvorteil der elektronischen Steuererklärung liegt für 46% der befragten Unternehmen in der Zeitersparnis beim Ausfüllen der Formulare direkt im Computer. Durch die elektronische Übermittlung der Daten an das Finanzamt entfällt das Übertragen der Daten vom Papier in den Rechner. Damit lassen sich zudem Eingabefehler vermeiden. Am fort-

schrittlichsten zeigen sich dabei die kommunalen Versorgungsunternehmen: Fast die Hälfte der Betriebe geben ihre Steuerklärung bereits elektronisch ab.

Zwei Drittel aller kleinen Firmen greifen auf die externe Hilfe eines Steuerberaters zurück. Auch glauben 41% der befragten Unternehmer an eine schnellere Bearbeitung von Seiten des Finanzamtes, wenn sie ihre Steuerdaten elektronisch übermitteln. Der Zeitschrift „Guter Rat“ zufolge werden zudem über das Internet versendete Steuerklärungen auch in der Regel ungeprüft bewilligt, denn der Computer des Finanzamts schlägt nur dann Alarm, wenn die steuermindernden Ausgaben ungewöhnlich hoch seien. Als einen weiteren Vorteil sehen 34 Prozent der Befragten, dass die Daten jederzeit schnell verfügbar und abrufbar sind.

Dass die elektronische Steuerklärung keinerlei Vorteile gegenüber

der Papierform bietet, denken allerdings noch 40% der befragten kleinen Unternehmen. So tragen noch 4% der kleinen Betriebe ihre Steuerdaten in die herkömmlichen Papierdrucke ein.

Als Gründe dafür werden Sicherheitsbedenken und die mangelnde Beschäftigung mit der elektronischen Erfassung der Daten angeführt. Der Umfrage zufolge ist dabei der Anteil in den kleinen Finanz- und Versicherungsagenturen überdurchschnittlich hoch: 15% der Agenturen füllen die Formulare noch handschriftlich aus.

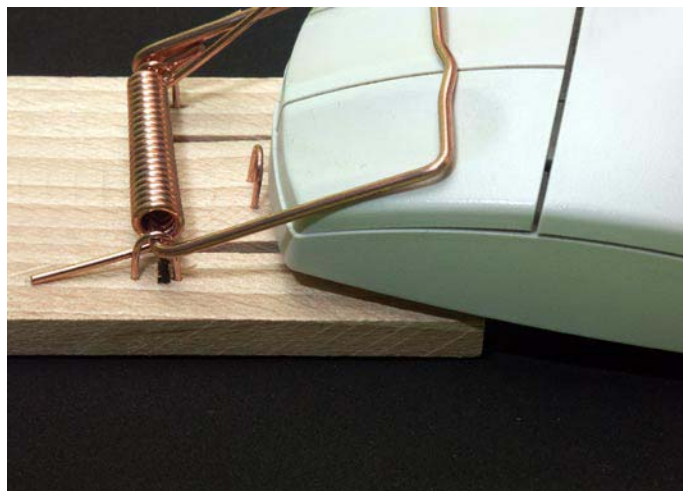
Weitere Informationen können im Internet unter: <https://www.elster.de/index.php> abgerufen werden.

## Gebührenpflicht für Computer: So entgehen Sie der GEZ-Falle

Seit 1. Januar 2007 müssen die meisten Selbständigen und Freiberufler eine neue Gebühr zahlen: 5,52 Euro pro Monat für internetfähige Computer und „neuartige Rundfunkempfangsgeräte“. Das sind z.B. Handys mit UMTS- oder Internetempfang. Deftiger als die Gebühr ist die Strafe, die die Gebühreneinzugszentrale (GEZ) kassiert, wenn Geräte nicht angemeldet werden: Bis zu 1.000 Euro.

In die GEZ-Falle kann man schnell geraten, denn die bereits im Privathaushalt entrichteten GEZ-Gebühren befreien nicht von der neuen Abgabe. Wer einen PC beruflich nutzt, muss die neue Gebühr zahlen. Dies gilt zum Beispiel auch für berufliche Tätigkeiten zu Hause. Pro Grundstück müssen Firmen oder Freiberufler nur eine Gebühr bezahlen, auch wenn dort mehrere PC stehen. Gibt es mehrere Standorte mit internetfähigen PC in der Firma, muss für jeden Standort Gebühr gezahlt werden.

Ob der Computer genutzt wird oder nicht, spielt für die GEZ keine Rolle. Es ist auch unerheblich, ob der PC überhaupt für Radio- oder Fernsehempfang eingerichtet ist. Sogar PC, für die überhaupt kein Internetanschluss installiert ist, können kostenpflichtig sein. Es genügt, wenn das



Gerät ohne großen Aufwand Rundfunksendungen wiedergeben könnte. Ist der PC mit einer TV-Karte ausgerüstet, steigt die GEZ-Gebühr sogar auf 17,03 Euro monatlich.

**Wichtig: Keine Sorgen um die neue Gebühr müssen sich Selbständige und Freiberufler machen, die für ihre betrieblich genutzten Räume bereits einen Fernseher oder ein Radio beziehungsweise für den beruflich genutzten Wagen ein Autoradio bei der GEZ angemeldet haben.**

Um Gebührensünder aufzuspüren, müssen die GEZ-Fahnder nicht einmal bis ins Büro, die Werkstatt oder den Laden vordringen. Verfügen Unternehmen oder Freiberufler über eine eigene Homepage oder auch nur eine Email-Adresse, sind sie als Besitzer eines internetfähigen Computers leicht zu enttarnen.

Außerdem kann die GEZ bequem unterstellen, dass jedes Unternehmen mindestens einen internetfähigen Computer besitzen muss, denn schließlich ist es dazu verpflichtet, Umsatzsteuervoranmeldungen nur über das Internet ans Finanzamt zu schicken. Fazit: Schummeln zwecklos!

## Mängelbeseitigung am Bau: Kundeninteresse geht vor - auch bei erheblichem Aufwand

Streit um tatsächliche oder vermeintliche Mängel am Bau sind alltäglich. Wie weit müssen Baubetriebe und Handwerker den Forderungen privater Bauherren auf Mängelbeseitigung nachkommen, wenn der Aufwand dafür erheblich ist? Der Bundesgerichtshof hat diese spannende Frage ziemlich eindeutig beantwortet: „Ein Nachbesserungsverlangen ist auch bei erheblichem Aufwand für die Mängelbeseitigung nicht unverhältnismäßig, wenn ein objektiv berechtigtes Interesse des Auftraggebers an einer mangelfreien Vertragsleistung besteht“ (Az. VII ZR 64/04).

In dem verhandelten Fall, bei dem es um die Abdichtung von Badfußbö-

den ging, hatte der Auftraggeber die Art der Abdichtung beanstandet und eine komplette Neuausführung als Mängelbeseitigung verlangt, deren Kosten außerordentlich hoch gewesen wären. Der Auftragnehmer hatte dies als unverhältnismäßig abgelehnt, jedoch einen Minderungsanspruch anerkannt.

Die BGH-Richter erkannten die Ansprüche des Bauherrn gegen die Baufirma an und urteilten, dass Nachbesserungsverlangen auch bei einem erheblichen Aufwand erfüllt werden müssen. Sowohl das Preis-Leistungs-Verhältnis als auch das Verhältnis des Nachbesserungsaufwandes zu den Vertragspreisen sei für die Abwägung

ohne Bedeutung. Vielmehr sei entscheidend, ob der Besteller „objektiv ein berechtigtes Interesse an einer ordnungsgemäßen Erfüllung des Vertrages“ habe. Dann könne der Auftragnehmer die Mängelbeseitigung wegen hoher Kosten nicht verweigern. Der Einwand der Unverhältnismäßigkeit sei nur dann gerechtfertigt, wenn das Bestehen auf ordnungsgemäßer Vertragserfüllung im Verhältnis zu dem geforderten Aufwand einen Verstoß gegen Treu und Glauben darstellt. Nach diesem Urteil können sich Bauunternehmen und Handwerker nicht durch eine Kürzung der Rechnungssumme von Mängeln am Bauwerk „freikaufen“.