CANEI. better business

Betriebswirtschaftliche Beratung in Steuerkanzleien

Warum Steuerberater nun ein zweites Standbein aufbauen sollten

Inhalt

Thema	Seite
Die Digitalisierung kommt schneller als gedacht	3
Wenn das Selbstbild nicht der Realität entspricht	5
Was betriebswirtschaftliche Beratung bedeutet	6
Steuerberater der Zukunft – ein Unternehmensberater?	7

Die Digitalisierung kommt schneller als gedacht

Digitalisierung - kaum ein Begriff wurde in den letzten Jahren so stark strapaziert. Vom Bundes–tag bis hin zu Großmutters Kaffeekränzchen spricht nicht nur jeder über Digitalisierung, sondern hat auch gleich eine häufig unumstößlich wirkende Meinung. Und wie nicht selten bei Neuerungen – insbesondere, wenn diese neben einer technischen auch eine gesellschaftliche Dimension haben – gewinnen Skepsis und Sorge die Oberhand.

Auch in den Steuerkanzleien zeichnet sich ein ähnliches Stimmungsbild ab. Viele verbinden mit dem Begriff der Digitalisierung vor allem die Automatisierung der Buchhaltungstätigkeiten, die konsequent zu Ende gedacht, die Rolle des Steuerberaters in der unterjährigen Begleitung eines Mandanten nahezu überflüs–sig machen könnte. Damit stellt sie eine erhebliche Bedrohung für ein bislang häufig sehr auskömmliches Geschäft dar.

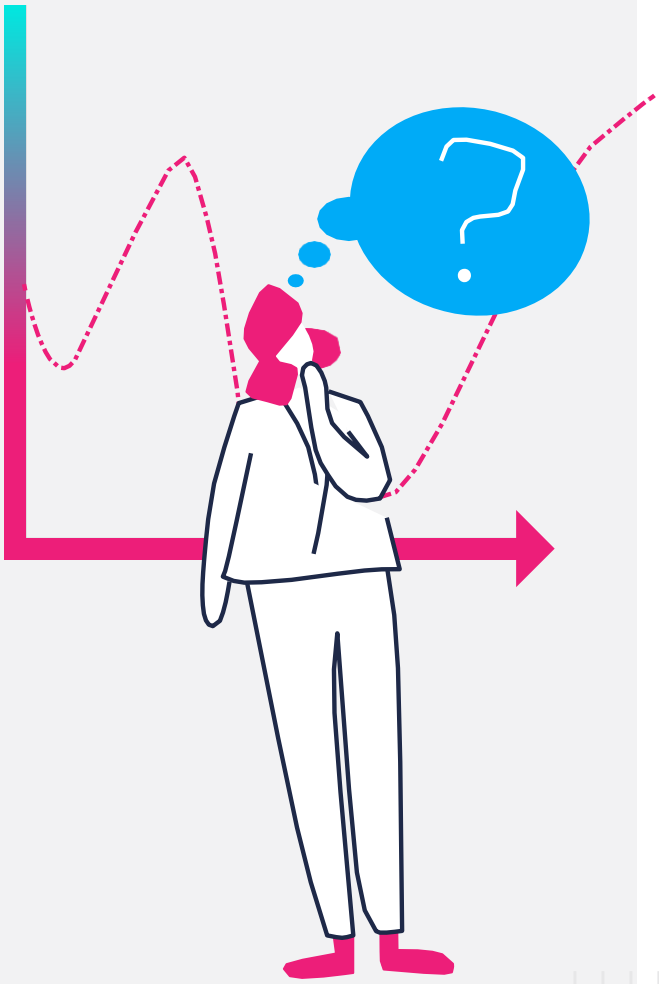
Gerade kleine und mittelständische Unternehmen, die traditionell ihre Finanzbuchhaltung an den Steuerberater ausgelagert haben, sehen sich in den letzten Jahren mit einer Vielzahl neuer Online-Angebote für identische Leistungen konfrontiert. Jene On-line–Services werden nicht selten für unter zehn Euro monatlich angeboten. Klein– und Kleinstunterneh–men (<2 Mio Jahresumsatz) — repräsentieren heute zum Teil mehr als 80 Prozent der Mandantschaft einer Steuerberatungskanzlei (je kleiner die Kanzlei, desto tendenziell größer der Anteil). Nun droht also ein großer Teil des Kanzleiklientel abzuwandern und dies stellt für Steuerberater ein herausforderndes Zukunftsszenario dar.

Derartige Veränderungsprozesse sind für den Menschen nicht von heute auf morgen zu stemmen. Eine psychologisch fundierte Theorie definiert hierzu sieben Phasen der Bewältigung von Veränderungen (siehe untenstehende Grafik).

Die sieben Phase der Veränderungskurve

Quelle: G. Fatzer, Organisationsentwicklung für die Zukunft

Übertragen auf die sieben Phasen kann man in Steuerkanzleien oftmals folgendes beobachten: Der Berufsstand wiegt sich in falscher Sicherheit und vertritt die Annahme, die mit der Digitalisierung einhergehenden Veränderungen hätten keinerlei Auswirkungen auf das Geschäft und die zukünftige Beziehung zu den Mandanten. Dieses Muster der Verdrängung ist überaus menschlich. Niemand jubelt sofort, wenn das vertraute Geschäftsgebaren aufgegeben und neue Strukturen aufgebaut werden müssen. Erst recht nicht, wenn gleichzeitig die eigenen Kompetenzen und Fähigkeiten in Bezug auf das noch unsichere Umfeld in Frage gestellt und möglicher Weise weiterentwickelt werden müssen. Nun ist es wichtig, loszulassen, alte Verhaltensmuster aufzubrechen und offen zu sein für Neues, um Stagnation zu vermeiden.



Stillstand in der Steuerbranche

Dazu kommen allerdings ein paar branchenspezifische Charakteristika, die diese Haltung begünstigen:

1. Steuerberatungskanzleien wachsen langsam im Zuge der unternehmerischen Entwicklung ihrer Mandanten. Die Beziehung zu den Mandanten ist von hoher Loyalität (lebenslange Partnerschaft) geprägt. Wandel vollziehen sich im Markt typischer Weise sehr langsam (geringe Marktdynamik). In der Folge wird von den Marktteilnehmern auch nicht mit radikalen Veränderungen gerechnet. Dies macht Steuerberatungen tendenziell anfällig für disruptive Entwicklungen (Black Swan Event).

2. Steuerberater neigen dazu, die ihnen zur Verfügung stehende Zeit auf vertraute Tätigkeit zu allokieren und die notwendigen Schritte zur Entwicklung erweiterter Beratungsleistungen aufzuschieben. Wer zum Beispiel betriebswirtschaftliche Beratung erfolgreich betreiben will, wird es jedoch nicht vermeiden können, seine Komfortzone verlassen zu müssen und Neuland zu betreten.

Selbstanalyse: Wo ist Ihr aktueller Platz in der Veränderungskurve?

Sollten Sie sich selbst dabei ertappen, in Gesprächen regelmäßig Gegenargumente anzuführen und die Auswirkungen der Digitalisierung im Allgemeinen - sowie in Bezug auf ihre berufliche Tätigkeit und die Beziehung zu ihren Mandanten - kleinreden, dann dürften sie sich gemeinsam mit vielen tausend Berufskollegen in der zweiten Phase der oben erwähnten Veränderungskurve befinden. Das ist für den Augenblick erst einmal vollkommen normal. Doch verharren Sie in dieser Phase nicht zu lange! Je schneller Sie Ihre eigene Einstellung zur Digitalisierung überprüfen und anpassen desto eher wird sich auch für Sie das Schreckgespenst Digitalisierung in eine nachhaltig nutzbare Chance wandeln.

Wenn das Selbstbild nicht der Realität entspricht

Interessanter Weise hat eine von CANEI.tax zu Beginn des Jahres durchgeführte Studie ergeben, dass rund 82 Prozent der Steuerberatungskanzleien in Deutschland die Entwicklung der eigenen Kanzlei vor dem Hintergrund der Digitalisierung als neutral bis positiv einschätzen. Sie gehen gleichzeitig davon aus, dass über ein Fünftel der Kanzleien in den kommenden zehn Jahren einer Marktbereinigung (nicht zuletzt als Folge der Digitalisierung) zum Opfer fallen wird.

Wie passen diese Zahlen zusammen? – Gar nicht, und das legt die Vermutung nahe, dass viele Steuerberater davon ausgehen, dass die Digitalisierung zwar Verlierer zurücklässt, sie selbst aber als Gewinner hervorgehen werden – obwohl sie ihre Zeit nur darauf verwenden, das zu tun, was sie bisher immer getan haben. Zeit, um nach neuen Geschäftsmodellen oder einer Ausweitung ihrer bisherigen Geschäftsmodelle zu suchen, investieren sie nicht. Woher nehmen die Steuerberater also die Gewissheit, zu den Digitalisierungsgewinnern zu zählen, wenn sie lediglich Zuschauer nicht aber Teilnehmer der Transformation sind?

Vielleicht, weil sie denken, sie könnten die Strategie der späten Folger anwenden. Definitionsgemäß sind späte Folger Unternehmen, die an den Markt kommen, wenn relevante Standards bereits gesetzt sind. Dies geschieht idealtypisch in der Reifephase oder sogar erst in der Sättigungsphase des Produktlebenszyklus. Das Problem: Diese Strategie funktioniert nur bei zwei Varianten, beziehungsweise Substrategien: Imitationsstrategie und Nischenstrategie.

Bei der Imitationsstrategie (engl. „me too strategy“) wird die Leistung des beziehungsweise der erfolgreichsten Anbieter imitiert. Diese Strategie kann nur Erfolg haben, wenn die nachgeahmte Leistung preislich günstiger angeboten wird als das „Original“ oder das ursprüngliche Produkt. Es werden also Kostenvorteile benötigt, die idealtypisch mittels einer Preis–Mengen–Strategie verfolgt werden. Eine solche Preis–Mengen–Strategie dürfte für ein einzelnes Steuerberatungsbüro nur schwerlich umsetzbar sein. Eine Nischenstrategie, die auf bislang nicht abgedeckte Teilmärkte setzt, dürfte in der Steuerberatung gleichfalls kaum umsetzbar sein.

Auf die Strategie der späten Folger zu setzen, ist für Steuerkanzleien also nicht ratsam. Vielmehr ist es an der Zeit, die Trägheit zu überwinden. Kanzleien sollten sich damit auseinandersetzen, wie sie neue Mandanten für sich gewinnen können und welche führende Leistung sie anbieten wollen. Denn die bisher führende Leistung, die Finanzbuchhaltung, kann in Zukunft nicht mehr als eine Ergänzung des eigenen Portfolios sein.

Hier kommt die betriebswirtschaftliche Beratung ins Spiel. Zumal die Nachfrage nach komplexen Beratungsleistungen bei den Mandanten steigt und durch die Automatisierung von Arbeitsprozessen Ressourcen in Steuerkanzleien freigesetzt werden, die in dieses Geschäftsfeld investiert werden können. Nicht zuletzt hat dieses Beratungsfeld außerdem ein erhebliches Honorarpotenzial.

Was betriebswirtschaftliche Beratung bedeutet

Bevor Kanzleien nun ihre zeitlichen, personellen und monetären Ressourcen freisetzen, um Mandanten die betriebswirtschaftliche Beratung anzubieten, sollten sie zuerst definieren, was betriebswirtschaftliche Beratung genau bedeutet. Denn diese beginnt in der Regel da, wo sonstige Dienstleistungen des Steuerberaters eigentlich aufhören. Viel zu häufig werden Dienstleistungen als Beratung bezeichnet, die keine sind. Betriebswirtschaftliche Beratung ist nicht damit getan, Unternehmen eine BWA und eine Summen- und Saldenliste zu zuschicken oder ihnen einmal im Jahr eine Bilanz zu erklären. Betriebswirtschaftliche Beratung leistet eine vorausschauende Analyse. Im besten Fall kann ein Steuerberater mit den richtigen Werkzeugen Probleme erkennen, die erst ein bis zwei Jahre später auf dem Bankkonto des Unternehmens zum Vorschein kämen – ähnlich wie bei einer Regressionsanalyse.

Unternehmen fit für die Zukunft machen: Dies ist das zukünftige Ziel der Steuerkanzleien. Den Vertrauensvorschuss haben sich die Steuerberater im besten Fall ohnehin über die Jahre erarbeitet. Was sie außerdem bereits zur Hand haben, sind die notwendigen Zahlen. Mit der richtigen Analyse können diese Daten eine Menge erzählen, zum Beispiel, in welcher Relation ein Unternehmen zu anderen Mitbewerbern steht oder welche Potenziale noch nicht ausreichend gehoben werden.

Steuerberater der Zukunft – ein Unternehmensberater?

Steuerberater, die ihre Mandanten betriebswirtschaftlich beraten, sind bereits sehr gut ausgestattet. Sie haben die Mandanten, die vermehrt nach Beratungsleistungen suchen. Sie haben die notwendigen Zahlen der Mandanten, mit denen sie erste Analysen durchführen können. Sie kennen ihre Mandanten und die Struktur deren Unternehmen. Und, und das ist ein sehr wesentlicher Faktor: Steuerberater genießen in der Regel das Vertrauen ihrer Mandanten.

Vielmehr noch: Der Mandant richtet sich meist zuerst an den Steuerberater, wenn er ein Problem oder eine Frage hat. Mit diesem Vertrauensvorschuss können andere Unternehmensberater nicht arbeiten. Umso wichtiger ist es, dass Steuerberater diesen Vertrauensvorschuss nicht verspielen und ihren Mandanten eine Beratung anbieten können, die wirklich auf deren Bedürfnisse eingeht.

Es spricht also sehr vieles dafür, dass der Steuerberater der Zukunft auch ein Unternehmensberater sein sollte. Wie geschrieben, sind Steuerberater dafür gut ausgestattet. Dennoch benötigen Berater eine erweiterte Kompetenz, um betriebswirtschaftliche Beratung ganzheitlich anbieten zu können.

CANEI. better business

Better Business

Ihr einfacher Weg zur betriebswirtschaftlichen Beratung

Sie suchen nach neuen Wegen, Ihre Honorarumsätze zu steigern? Bauen Sie auf Ihrer Expertise als Steuerberater auf und bieten Sie Ihren Mandanten betriebswirtschaftliche Beratung an – mit Better Business. Das einzigartige digitale Werkzeug wertet die buchhalterischeDatenbasis Ihres Mandanten unter Einbezug von Branchenbenchmarks innerhalb von Sekunden aus. Sofort können Sie Kennzahlen- und Potenzialanalysen, Unternehmens–Checks und Handlungsempfehlun–gen nutzen, die Ihre Mandanten erfolgreicher machen. Der effiziente Beratungsprozess lässt sich dabei kostenschonend in Ihren Kanzleialltag integrieren.

Jetzt informieren und 21 Tage kostenlos testen:
www.betterbusiness.de

Kontakt

CANEI.tax GmbH & Co. KG
Phönixseestr. 22a
44263 Dortmund

PERSÖNLICHER KONTAKT
0800 5 22 33 22 (kostenlos)
info@canei.tax
www.betterbusiness.de