

Autor: Till Mansmann, Lesezeit: 5 Min.

Kleine Kanzlei ganz groß

Der Software-Hersteller Agenda veröffentlicht eine großangelegte Studie über Einzelkämpfer-Kanzleien in Deutschland

Nur ein Berufsträger und bis zu vier Mitarbeiter – solche Kleinkanzleien bilden in Deutschland einen Großteil des Angebots von Steuerberatern. Nicht nur für Privatpersonen, sondern gerade für kleine, kleinste und mittlere Unternehmen ist das eine wichtige Stütze. Die Studie von Agenda und GfK gibt spannende Einblicke, wie sich solche Kanzleien für die Zukunft aufstellen.





"WIR FÜHREN EINE UNTERSUCHUNG KLEINER KANZLEIEN DURCH UND WÜRDEN IHNEN HIERFÜR GERNE EINIGE FRAGEN STELLEN..."

Der Einzelkämpfer-Steuerberater hat es schwer, heißt es immer: Das immer komplizierter werdende Steuerrecht nagt an seinem Generalisten-Anspruch und zwingt ihn zur Spezialisierung, der Mittelstand wendet sich größeren Kanzleien zu, sein Markt schmilzt ... Pustekuchen! Die Einzelkämpfer-Existenz ist bei Steuerberatern immer noch ein Erfolgsmodell. Der Software-Hersteller Agenda aus Rosenheim hat sich die Lage kleiner Kanzleien in einer Studie genau angeschaut, und bietet dabei sehr interessante Einblicke in einen gar nicht so kleinen Teil des Berufsstands: Immerhin mehr als 37.000 der insgesamt knapp 54.000 Kanzleien in Deutschland sind Kleinkanzleien, in denen nur ein Steuerberater arbeitet. Damit gehören ziemlich genau 70 Prozent der Steuerberaterpraxen in Deutschland in diese Kategorie.

Zur Durchführung der Studie hat sich Agenda fachkundige Hilfe geholt: Gemeinsam mit dem renommierten Marktforschungsunternehmen GfK Gesellschaft für Konsumforschung aus Nürnberg wurde der Markt kleiner Kanzleien genau unter die Lupe genommen. Die GfK gilt als eine der ersten Adressen für Marktforschung in Deutschland, schon der Größe nach ist das Unternehmen führend: Über 1.800 Mitarbeiter hat die GfK im Inland, ist weltweit in über 100 Ländern vertreten mit einer Bilanzsumme von über 1,2 Milliarden Euro. Besonders bekannt ist sie für die Messung der deutschen TV-Einschaltquoten.

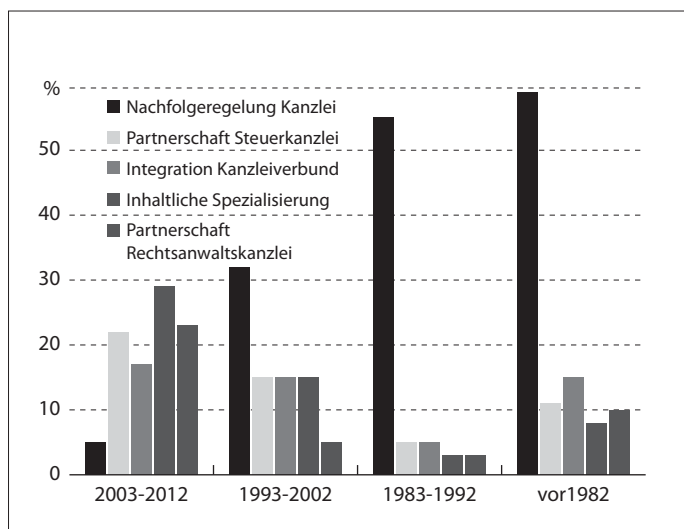
Agenda und GfK haben die Steuerberaterstudie sorgfältig angepackt: In zwei mehrstündigen Round-Table-Diskussionen, an denen jeweils sieben Steuerberater aller Altersklassen teilgenommen haben, unabhängig von der eingesetzten Software, ging es um Kanzleiführung, Mitarbeiter, Fortbildungen, Software, IT, Steuergesetzgebung, das Finanzamt und mehr. Die Diskussionen wurden auf Video aufgezeichnet und ausgewertet. Daraus wurden die Themenschwerpunkte ermittelt und in Abstimmung mit Agenda ein Fragenkatalog erstellt. Dann kam die Feinarbeit: In 20-minütigen Telefoninterviews befragte die GfK eine Zufallsstichprobe von 200 Steuerberatern.

So sieht die kleine Kanzlei aus

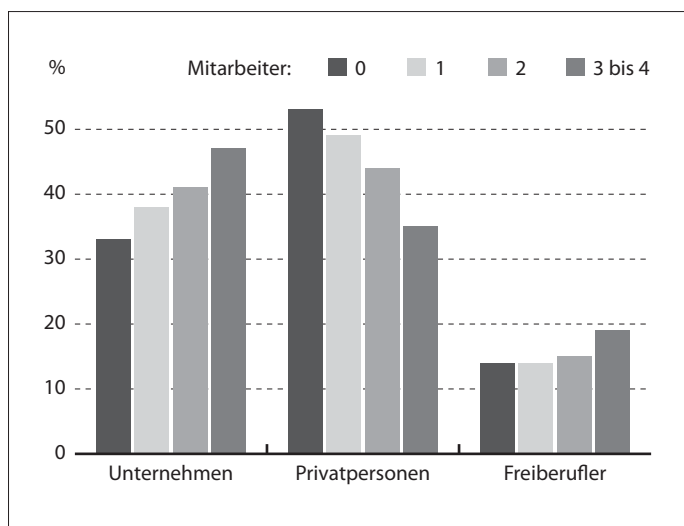
Herausgekommen ist ein detailliertes Bild von der Lage kleiner Kanzleien in Deutschland. Sebastian Theisen, Marketingleiter bei Agenda, fasst zusammen: „Die Studie widerlegt den allgemeinen Tenor, dass kleine Steuerkanzleien in Deutschland nicht zukunftsfähig seien. Im Gegenteil: Kleinen Steuerkanzleien geht es gut, sie sind wirtschaftlich erfolgreich.“ Und sein Kollege Michael Degel, PR-Manager bei Agenda, ergänzt: „Wichtig war uns ein repräsentatives Bild der kleinen Steuerkanzlei in Deutschland: Was beschäftigt sie, wie sieht sie sich selbst, wie hat sie sich geschäftlich entwickelt?“

Aber erst einmal noch ein paar Daten zum Segment der kleinen Kanzleien: Auch innerhalb dieser Gruppe sind wieder die ganz kleinen in der Mehrzahl: In 72 Prozent der Kanzleien, in denen nur ein Steuerberater seinen Beruf ausübt, arbeiten auch nur bis zu zwei weitere Mitarbeiter – in 22 Prozent der Fälle ist der Steuerberater sogar ganz alleine. Und für viele Steuerberater ist genau das eine Lebensaufgabe, ein Arbeitsmodell, das nicht auf Vergrößerung angelegt ist: Immerhin 36 Prozent der Kleinkanzleien wurden vor 1983 gegründet.

Immer wieder hört man, dass Privatpersonen für Steuerberater heute kaum noch eine Rolle spielen – für die kleinen Kanzleien trifft das allerdings nicht zu: Immerhin 45 Prozent der Mandanten sind Privatpersonen, dazu kommen 15 Prozent Freiberufler. Der Rest von 40 Prozent, der auf Unternehmen entfällt, dürfte natürlich einen deutlich höheren Umsatzanteil ausmachen. Aber für steuerpflichtige Bürger, die professionelle Hil-



Verschiedenes Alter, verschiedene Pläne: Je nach Gründungsjahr (Jahreszahlen) variieren die Themen, die StB in kleinen Kanzleien beschäftigen.



Je kleiner die Kanzlei, desto wichtiger private Mandanten. Freiberufler hingegen spielen nur eine untergeordnete Rolle.

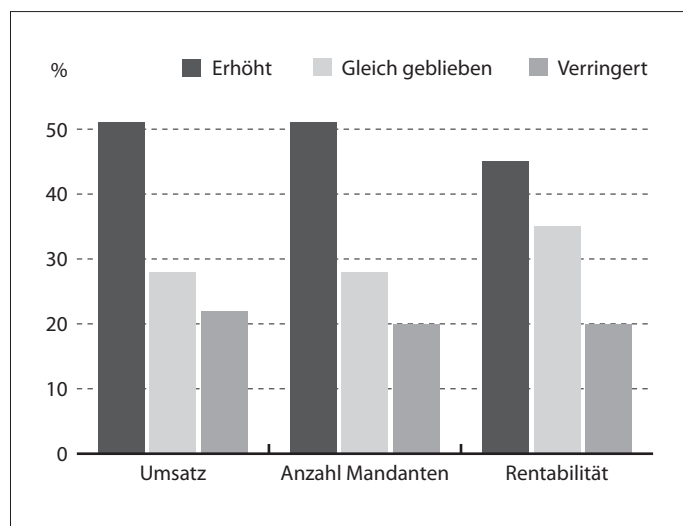
fe brauchen, stehen immer noch Tausende von Steuerberatern bereit. Je größer die Kanzlei (Anzahl Mitarbeiter), desto höher allerdings der Unternehmens-Anteil (s. Grafik unten links). Und, anders als vielfach angenommen: Diese wirtschaftliche Grundlage ist kein Problem für die Kanzleien, sondern ein Erfolgsrezept: Über 70 Prozent der Kanzleien, die in den letzten zehn Jahren gegründet wurden, konnten in den letzten fünf Jahren ihre Rentabilität verbessern, und immerhin ein knappes Drittel der Kanzleien, die schon über 30 Jahre alt sind, gab auch eine Renditeverbesserung an.

Einzelkämpfer planen vorsichtig

Bei der Planung für die Zukunft sind die kleinen Kanzleien allerdings vorsichtig: Sie rechnen nicht damit, ihr Geschäft in den kommenden Jahren stark auszuweiten. Das spiegelt sich auch in der Personalplanung wider: Nur 17 Prozent der Kanzleien erwägen, die Anzahl der Mitarbeiter zu erhöhen, die Mehrheit von 79 Prozent will keine Veränderungen, und 4 Prozent planen sogar einen Personalabbau.

Wenn es um die Zukunft geht, beschäftigt die Kleinkanzlei-Inhaber vor allem eines: 40 Prozent von ihnen machen sich bei der Planung für die nächsten fünf Jahre Gedanken um die Nachfolgeregelung. Wichtige Themen, mit jeweils 14 Prozent allerdings weit hinter der Nachfolge-Frage, sind gleichauf Partnerschaft mit anderer Steuerkanzlei, Integration in einen Kanzleiverbund und inhaltliche Spezialisierung. Über eine Partnerschaft mit einer Rechtsanwaltskanzlei machen sich 11 Prozent Gedanken (s. auch Grafik links).

Auch Verbandsmitgliedschaften waren Thema der Befragung: Immerhin zwei Drittel der Kleinkanzleien sind Mitglieder in einem Steuerberaterverband, wobei die Staffelung deutlich ist: Bei den Steuerberatern, die ohne Mitarbeiter sind, erreicht die Mitgliedschaftsquote nur rund 35 Prozent, bei vier Mitarbei-



Entwicklung von Umsatz, Mandantenzahl und Rentabilität von 2008 bis 2012: Die meisten Kleinkanzleien sind gewachsen.



PR-Manager Michael Degel ist beim Softwarehersteller Agenda für die Durchführung und Präsentation der Studie verantwortlich.



Agenda-Marketingleiter Sebastian Theisen gewinnt über die Studie wichtige Informationen und einen Service-Zugang zu seiner Zielgruppe.

tern schon fast 80 Prozent. Das ist auch eine Botschaft an die Verbände, sich der Interessen der Kleinkanzleien gezielt anzunehmen. Zum Beispiel ist ein klares Engagement in der Frage der Absetzbarkeit privater Steuererklärungskosten von der Steuer eine Möglichkeit, die Interessen kleiner Kanzleien zu vertreten: Hier spielt das, wenigstens als Marketing-Argument gegenüber den Mandanten, durchaus noch eine Rolle.

Der Verband ist sich seiner Verantwortung offenbar bewusst, denn er hat bereits sein Interesse auf die Studie gerichtet: Für das Vorwort konnte Agenda den kurz vor der Sommerpause gewählten neuen Präsidenten des Deutschen Steuerberaterverbands, WP/StB Harald Elster, gewinnen. Elster führt schon seit Jahren den Steuerberaterverband Köln, der in seinen 10 Bezirken alleine schon über 3.000 Mitglieder hat. Gerade der Steuerberater in einer sehr kleinen Kanzlei sei „eingebunden in laufende unternehmerische Entscheidungen und die private Vermögensgestaltung“, schreibt Elster, „zum Steuerberater haben der Unternehmer und seine Familie im Regelfall ein enges persönliches, auf Vertrauen begründetes Verhältnis.“

Gerade auch zu diesem sehr persönlichen Verhältnis zwischen Steuerberater und Mandant hat die Studie die Teilnehmer ausführlich befragt. Die Studie bietet auch hier einige sehr interessante Einblicke in die Befindlichkeiten von Einzelkämpfern in der Steuerberatung.

Befragt hat die GfK in Zusammenarbeit mit Agenda die Teilnehmer auch zu weiteren Themen wie Einsatz und Kosten von

Berufs-Software oder die Entwicklung der Mandanten-Anzahl – wer einen tieferen Einblick in die Welt der kleinen Kanzleien haben möchte, kann die Studie kostenlos im Internet herunterladen. „Wir wollen damit einen Dialog anstoßen“, sagt Sebastian Theisen von Agenda, „um kleine Steuerkanzleien dauerhaft zu unterstützen, Risiken zu erkennen und Chancen zu nutzen.“ Dreh- und Angelpunkt dieses Dialogs ist eine Website, die im Internet unter www.steuerberaterseite.de zu finden ist. Dort gibt es neben dem Download der Studie auch weiterführende Beiträge zur Studie und die Möglichkeit, sich an Diskussionen rund um die Studie zu beteiligen. Im Oktober und November plant Agenda auch eine „Roadshow“ in den Städten Hamburg, Stuttgart, München, Düsseldorf, Berlin und Dresden, die Teilnahme ist kostenlos. Dort wird es dann verschiedene Vorträge geben, die auf den Erkenntnissen der Studie aufbauen und den Brückenschlag zu weiteren Services bieten sollen. Auch hierzu können sich Interessenten über die genannte Website anmelden.

Zweiter Studien-Teil im Herbst

Aber das ist noch nicht alles: Die jetzt vorgelegten Daten sind der erste Teil der Studie. Im zweiten Teil, der im November veröffentlicht werden soll, befasst sie sich mit den wirtschaftlichen Herausforderungen sowie zukünftigen Trends im Segment der kleinen Kanzleien. StBMag wird auch diesen zweiten Teil zeitgleich mit der Veröffentlichung vorstellen. ■