

Das Bild des Steuerberaters beim Mandanten 2015

Ergebnisse einer repräsentativen Befragung bei Steuerberatern und Mandanten
von Eckhard Schwarzer, Mitglied des DATEV-Vorstandes im Mai 2016

Das Bild des Steuerberaters beim Mandanten 2015

Ergebnisse einer repräsentativen Befragung bei Steuerberatern und Mandanten von Eckhard Schwarzer, Mitglied des DATEV-Vorstandes im Mai 2016

Die Beziehung zwischen Unternehmen und Steuerberater ist sehr dauerhaft. Seit Jahrzehnten ist diese Aussage gültig. Und auch die aktuelle Imageanalyse der DATEV, in der auch das Bild der Steuerberater beim Mandanten abgefragt wurde, bestätigt sie wieder. Mehr als 65 Prozent der befragten Unternehmen gaben an, dass sie mit ihrem Steuerberater seit 10 oder mehr Jahren zusammenarbeiten. Sie haben großes Vertrauen in die Sachkompetenz ihres Beraters und loben eine klare, transparente Zusammenarbeit. Die Zufriedenheit ist groß. Also ist auch alles gut? Im Rahmen der klassischen, deklaratorischen Aufgabenbereiche lautet die Antwort uneingeschränkt: ja. Doch im Bereich der betriebswirtschaftlichen und unternehmerischen Beratung zeigt sich, dass die entsprechenden Umsätze nicht realisiert werden. Und das, obwohl Steuerberater diese Geschäftsfelder für zunehmend wichtig halten und auch ihr Leistungsportfolio dahingehend ausbauen. Die in der Folge ausführlicher dargestellten Aus-

gen basieren auf den Ergebnissen der jüngsten Image-Analyse¹⁾, welche DATEV in regelmäßigen Wellen beauftragt. Dabei werden neben anderen Zielgruppen auch rund 500 Personen aus kleinen und mittelständischen Unternehmen befragt²⁾.

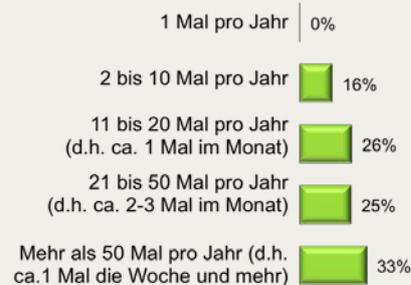
Treue und Vertrauen

Unternehmen sind ihren Steuerberatern sehr treu. Dies drückt sich einerseits in der bereits angesprochenen, sehr langen Dauer der individuellen Geschäftsbeziehungen aus. Dazu kommt eine offensichtlich intensive Zusammenarbeit, denn 33 Prozent der Unternehmen gaben an, dass sie wöchentlich mindestens einmal Kontakt zum Steuerberater haben, bei weiteren 25 Prozent findet der Austausch mit dem Steuerberater 2–3 Mal im Monat statt.

Länge der Zusammenarbeit von Unternehmen und Steuerberater



Kontakthäufigkeit zum Steuerberater



Basis: DATEV-Nutzer, n=256;

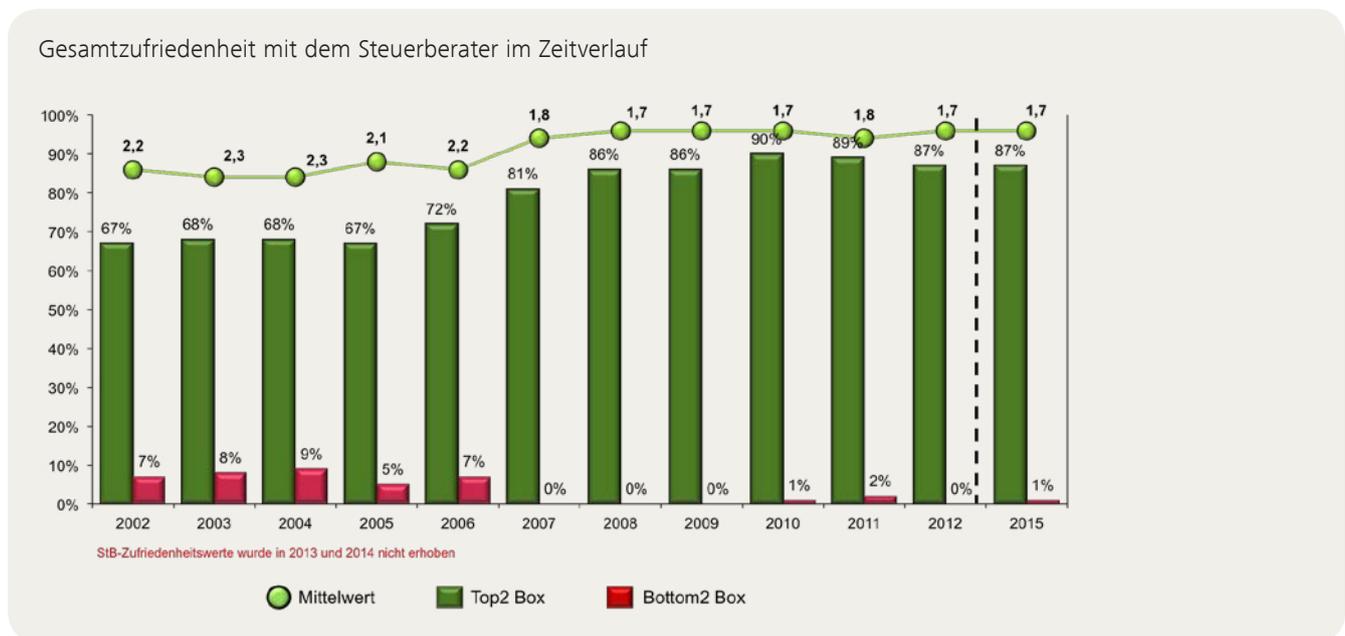
(Frage zum Entscheidungskriterium: DATEV-Nutzer, die an der Auswahl des Steuerberaters beteiligt sind n=110)

¹⁾ Ergebnisbericht 2015: „Bild des Steuerberaters beim Mandanten“. Die Befragung erfolgte durch computergestützte Telefoninterviews (CATI), die jeweils etwa eine halbe Stunde dauerten. Der Befragungszeitraum lag zwischen dem 2. September und dem 22. Dezember 2015. Durchgeführt wurde die Analyse durch das Marktforschungsunternehmen Vocatus.

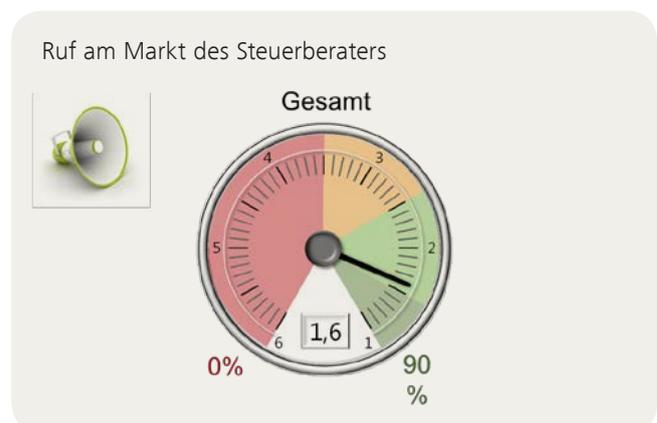
²⁾ Die Befragungsteilnehmer aus den Unternehmen stammen in der Regel aus dem Rechnungswesen, der Buchhaltung oder der oberen Führungsebene, die mit einem Steuerberater zusammenarbeiten und an der

Entscheidung hinsichtlich Einsatz, Anschaffung und Wechsel betriebswirtschaftlicher Software mitwirken. Es wird bei der Auswahl der Befragten genau darauf geachtet, dass in der Gruppe nur neue Unternehmen vertreten sind, die in der Vorwelle nicht an der Studie teilgenommen haben. Dadurch liefert der Vergleich zum Vorjahr eine zusätzliche Validierung der Ergebnisse: Für die Jahre 2014/15 lässt sich bei den Antworten eine sehr hohe Übereinstimmung feststellen. Siehe Ergebnisbericht 2015. Wirtschaft Konkret, Bd. 414, S. 20.

Zum anderen ergeben auch die Befragungen regelmäßig sehr positive Werte bei den Faktoren Vertrauen und Kompetenz. Dies findet seinen Niederschlag in der Gesamtzufriedenheitsnote 1,7. Dieser Wert liegt in einer langen Reihe von Befragungsergebnissen, die kaum Schwankungen aufweist.

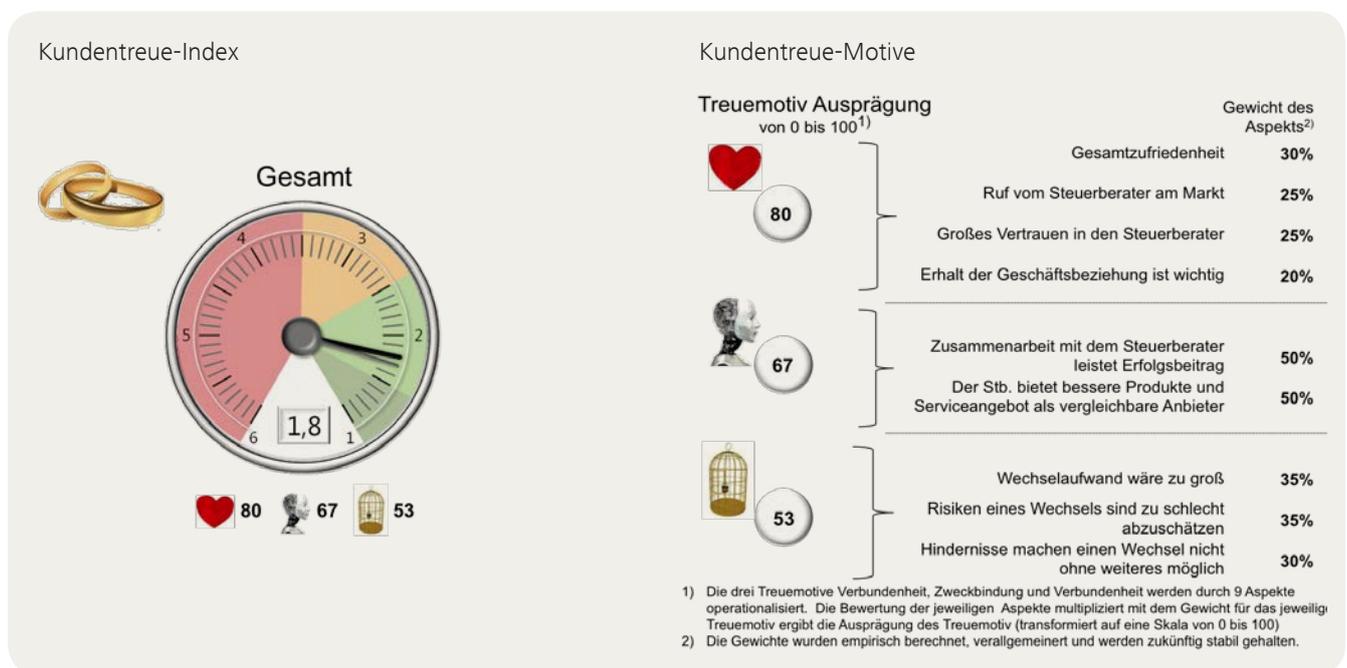


Erstmals in dieser Form abgefragt wurde 2015 der Ruf des jeweiligen Steuerberaters am Markt. Dabei zeigt die Durchschnittsnote 1,6, dass die Unternehmen ihren Steuerberater in dieser Hinsicht hervorragend beurteilen.



*schwarzer Pfeil = aktuelle Bewertung 2015/
keine Vorjahreswerte da neue Frage in 2015 Basis: n=479;*

Diese und auch weitere Befragungsergebnisse gehen in drei verschiedene Treuemotive ein, die wiederum den Kundentreue-Index bilden. Der Index liegt mit der Note 1,8 auf dem gleichen hervorragenden Niveau wie im Vorjahr. Interessant ist eine eingehendere Betrachtung der einzelnen Motive: Verbundenheit, Zweckbindung und Gebundenheit.



schwarzer Pfeil = aktuelle Bewertung 2015 grauer Pfeil = jeweilige Bewertung im Vorjahr 2014 Basis: n=479;

Verbundenheit:

Hier fließen die Aussagen zur Gesamtzufriedenheit, zum Ruf des Steuerberaters am Markt, zum Vertrauen in den Steuerberater sowie über die Motivation, die Geschäftsbeziehung zu erhalten, ein. Die Ausprägung von 80 Prozent stellt einen Spitzenwert dar. Dies ist besonders positiv zu bewerten, da die Verbundenheit eine höhere Bindungskraft hat als die nachfolgenden Treuemotive, so dass man von einer nachhaltigen, positiven Zusammenarbeit ausgehen kann.

Zweckbindung:

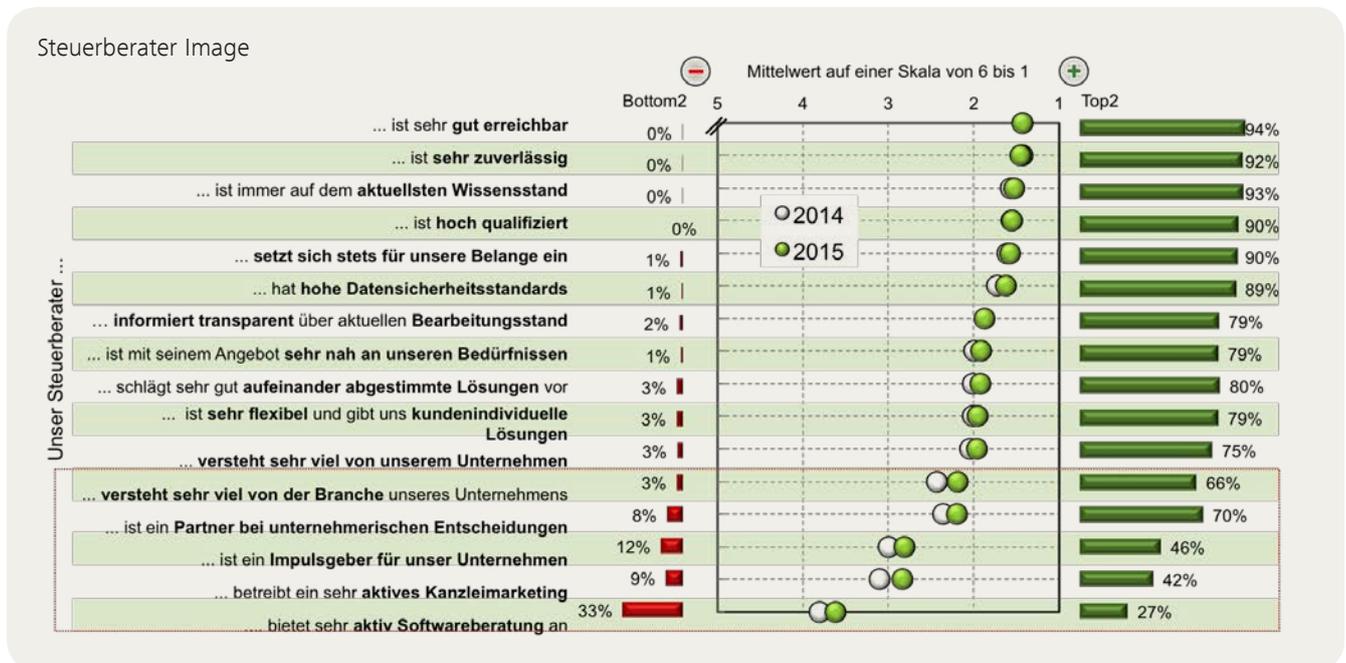
In diesem Motiv werden die Ergebnisse zusammengefasst, die zum einen den Erfolgsbeitrag der Zusammenarbeit mit dem Steuerberater sowie zum anderen die Qualität des Produkt- und Service-Portfolios betreffen. Es handelt sich hierbei um eher rationale Gründe, die nicht zwangsläufig von langer Dauer sein müssen. Dennoch ist der überdurchschnittliche Wert von 67 Prozent sehr positiv, weil sie als Momentaufnahme ein positives Bild auf das aktuelle Leistungsbild des Steuerberaters werfen.

Gebundenheit:

Dabei geht es um eher hemmende Faktoren wie Wechselaufwand, Risiken eines Anbieterwechsels oder handfeste Hindernisse, die einen Anbieterwechsel nicht ohne weiteres erlauben. Damit stellt diese eher technische Sicht der Dinge das am wenigsten positiv konnotierte Treuemotiv dar. Insofern ist eine Ausprägung von 53 Prozent in Ordnung, insbesondere weil die beiden anderen Motive deutlich dominieren.

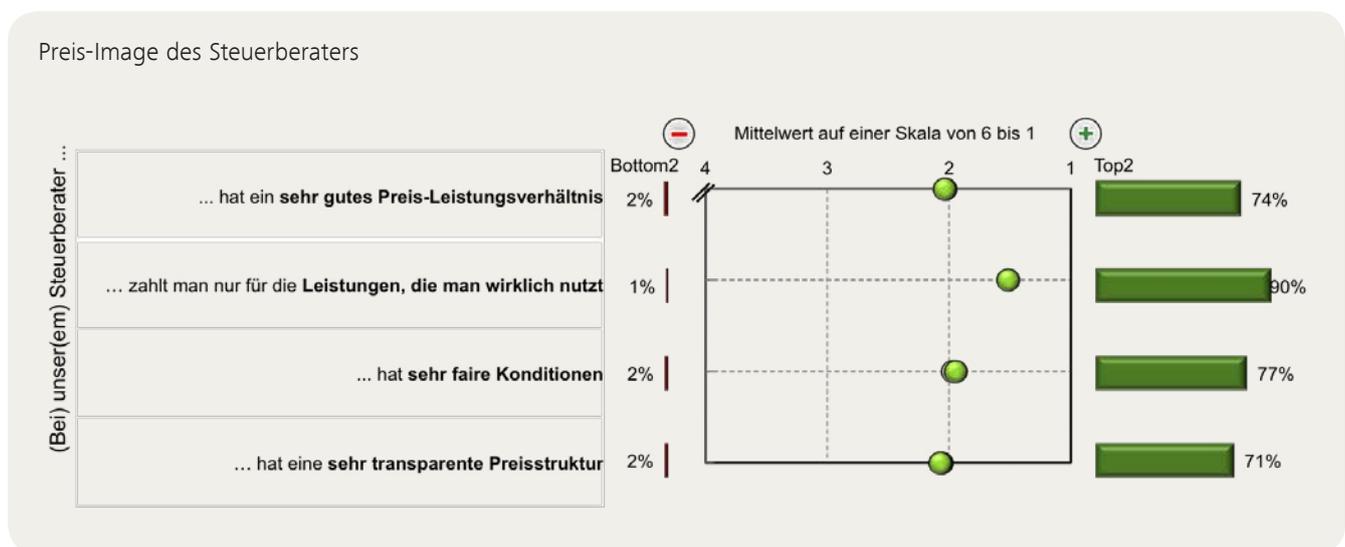
Imagefaktoren

Die Angaben der Unternehmen zu Faktoren der Zusammenarbeit sind generell hervorragend. Die Noten für Themen wie Erreichbarkeit, Zuverlässigkeit, aktuelles Wissen, Qualifizierung und Datenschutzstandards liegen alle zwischen 1,4 und 1,6. Die Steuerberater werden für ihren Einsatz für die Belange des Unternehmens (1,5) und für die transparente Informationspolitik (1,9) gelobt. Ein positives Urteil fällt die Unternehmen auch über die Bedürfnisorientierung (1,9), die Flexibilität und kundenindividuellen Lösungsvorschläge (2,0) sowie das Verständnis des Unternehmens (2,0).



Basis: n=479, Grün = aktuelle Bewertung 2015/ grau = jeweilige Bewertung im Vorjahr 2014, Frage: L67

Auch das Preisimage ist gut, die Werte Preis-/Leistungsverhältnis, Transparenz und faire Preisstruktur rangieren zwischen 1,9 und 2,1. Dass nur tatsächlich beanspruchte Leistungen abgerechnet werden, honorieren die Unternehmen sogar mit der Note 1,4. Der Vergleich zum Vorjahr zeigt bei all diesen Kriterien wenig Veränderung, die Werte sind sehr stabil.



Basis: n=479, Grün = aktuelle Bewertung 2015/grau = jeweilige Bewertung im Vorjahr 2014; hier hinter grün liegend, da gleiche Bewertung, Frage: L67

Etwas weniger positiv fallen die Antworten aus, wenn es um seine Rolle als unternehmerischer oder betriebswirtschaftlicher Berater geht. Während die Kriterien Branchenverständnis und Partner bei unternehmerischen Entscheidungen mit 2,2 noch vergleichsweise gut abschneiden, fällt die Wahrnehmung als Impulsgeber für das Unternehmen mit 2,8 deutlich ab.

Leistungsangebot und Leistungserbringung

Die Unternehmen zeigen sich überwiegend zufrieden mit den Leistungen der Steuerberater. Allerdings muss dies differenziert betrachtet werden, denn die Unterschiede zwischen deklaratorischen Leistungen sowie unternehmerischer und betriebswirtschaftlicher Beratung sind erheblich – sowohl was das Angebot der Steuerberater, die Nachfrage der Unternehmen als auch die jeweiligen Erwartungen betrifft.

Leistungsangebot der Kanzleien

Deklaratorische Leistungen:



Zahlennahe betriebswirtschaftliche Beratung:



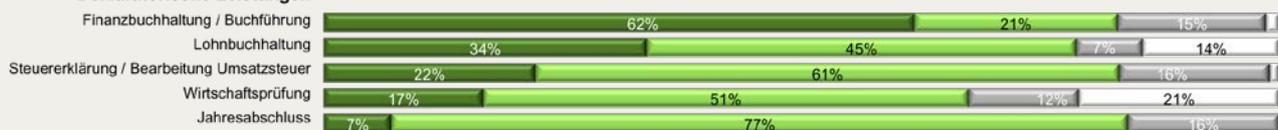
Unternehmerische Beratung:



Basis: n=614 Steuerberater, Grün = aktuelle Bewertung 2015/ grau = jeweilige Bewertung im Vorjahr 2014, Frage: K54

Leistungsbearbeitung

Deklaratorische Leistungen



Betriebswirtschaftliche Beratung



Unternehmerische Beratung



Basis: Alle, n479, Frage: L74

Deklaratorische Leistungen

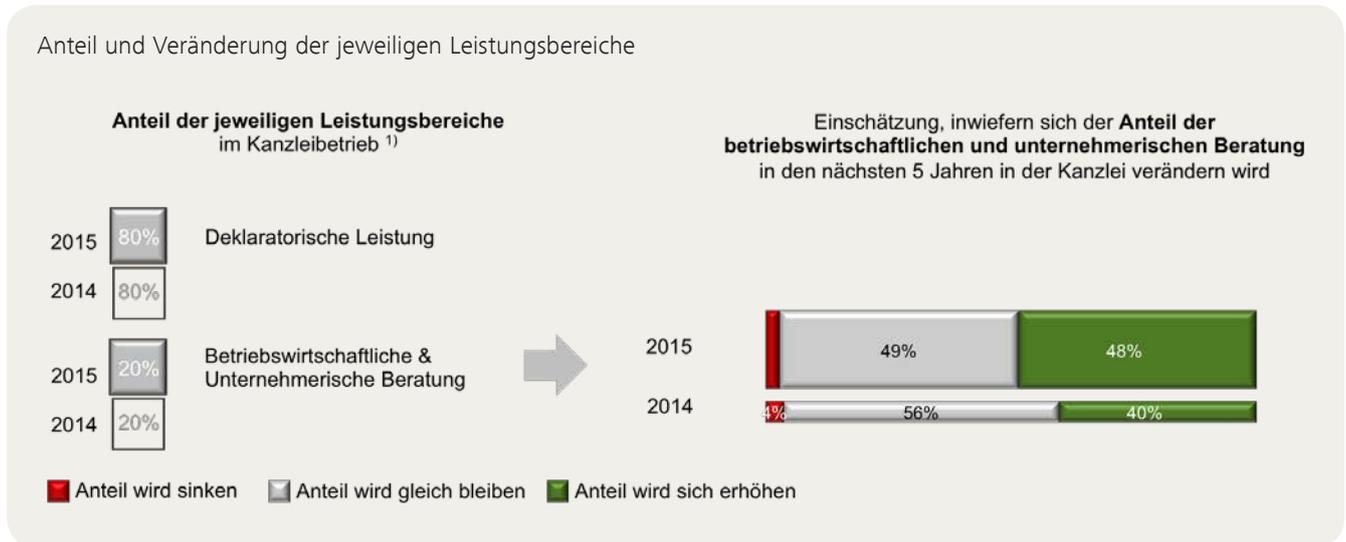
Während so gut wie alle Steuerberater bis auf das Thema Wirtschaftsprüfung (24 Prozent) das komplette Sortiment von Steuerdeklaration über Jahresabschluss, Lohn bis hin zu Finanzbuchhaltung/Buchführung anbieten, ist die Nachfrage auf Unternehmensseite unterschiedlich. Hier sind es vor allem die Themen Jahresabschluss (93 Prozent) sowie Steuerdeklaration und Bearbeitung der Umsatzsteuer (78 Prozent), die teilweise oder vollständig vom Steuerberater bearbeitet werden. Bei der Wirtschaftsprüfung (63 Prozent) und Lohnbuchhaltung (52 Prozent) haben die Steuerberater auch noch eine gute Position, zumal hier 22 Prozent respektive 14 Prozent der Unternehmen angaben, dass das Thema für sie nicht relevant sei. Nur 36 Prozent der Unternehmen haben ihre Finanzbuchhaltung/Buchführung teilweise oder vollständig an den Steuerberater ausgelagert.

Unternehmerische und betriebswirtschaftliche Beratung

Das Portfolio der meisten Steuerberater umfasst im Bereich

der unternehmerischen und betriebswirtschaftlichen Beratung Leistungen wie Bankgespräch (87 Prozent), Nachfolgeberatung (81 Prozent), Liquiditätsplanung (77 Prozent), Investitionsplanung (74 Prozent), Beratung bei Unternehmenserweiterung (73 Prozent) sowie Jahresplanung (68 Prozent). Abgesehen von sowieso gut etablierten Leistungen wie Bankgespräche und Liquiditätsplanung zeigt der Vergleich zum Vorjahr auch deutliche Steigerungsraten von 4–8 Prozent. Vergleichbare Steigerungsraten finden sich auch bei Leistungsangeboten, die weniger weit verbreitet sind wie Prozessoptimierung (32 Prozent), Forderungsmanagement (26 Prozent) sowie Führungs- und Personalberatung (25 Prozent).

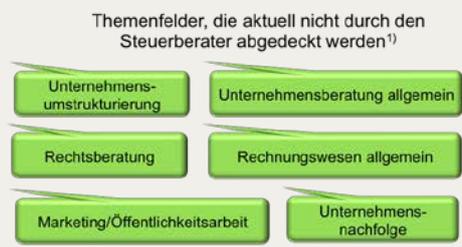
Der Ausbau des Leistungsportfolios im Bereich der betriebswirtschaftlichen und unternehmerischen Beratung entspricht der Erwartungshaltung von 48 Prozent der Steuerberater, die für die Zukunft eine deutliche Zunahme dieser Geschäftsfelder erwarten. Im Vorjahr erwarteten dies noch deutlich weniger, nämlich 40 Prozent.



1) Dargestellt wird der Median auf der Skala von 0% bis 100%
 Basis: n=614 Steuerberater, Frage: K55/K56

Diese Entwicklung ist zunächst einmal als sehr positiv zu vermerken. Allerdings hat sie erstaunlicherweise kaum Auswirkungen auf die tatsächlich nachgefragten Dienste. Hier ist lediglich bei der Nachfolgeberatung ein zählbares Ergebnis vorhanden, 38 Prozent der Unternehmen beziehen hier den Steuerberater mit ein, wobei auch 27 Prozent der Unternehmen hier keinen Bedarf anzeigten. Bei allen anderen Leistungen erfolgt ein vollständiges Outsourcing in deutlich unterhalb von 10 Prozent der Fälle, hinzu kommen jeweils noch 14 bis 23 Prozent an Unternehmen, die diese Themen gemeinsam mit ihrem Steuerberater bearbeiten. Man muss allerdings festhalten, dass Steuerberater im Vergleich zu anderen Berufsgruppen wie Unternehmens- und Bankberater noch vergleichsweise gut abschneiden. Wenn Outsourcing für ein Unternehmen infrage kommt, landet der Auftrag in knapp 50 Prozent der Fälle beim Steuerberater. Aber die Basis ist natürlich auch extrem niedrig, wenn nicht einmal jedes fünfte Unternehmen Outsourcing im Bereich der unternehmerischen und betriebswirtschaftlichen Beratung betreibt.

Betriebswirtschaftliche und unternehmerische Beratung



Basis: Alle n=479, Frage: L75/L76/L77/L78

Dass hier kaum Zuwachs vorhanden ist, lässt sich leicht auf die Erwartungshaltung der Unternehmen zurückführen. Denn nur 7 Prozent erwarten bei der unternehmerischen und betriebswirtschaftlichen Beratung mehr Engagement von ihrem Steuerberater, 87 Prozent zeigten sich hingegen mit den Leistungen zufrieden. Möglicherweise ist dies aber auch eine Folge mangelnden Wissens um das Portfolio der Kanzleien: Die Unternehmen hatten ihren Steuerberatern bei der Frage nach dem Kanzleimarketing mit 2,8 eine der schlechtesten Noten vergeben, nur die aktive Softwareberatung schnitt mit 3,6 noch schlechter ab – wobei auch dies im weiteren Sinne als Vermarktung eigener Leistungskompetenzen zu verstehen ist.

Gerüstet für die digitale Transformation?

Auf den ersten Blick ist das Bild, das sich hier abzeichnet, sehr positiv. Die Unternehmen sind sehr zufrieden mit den Leistungen ihres Steuerberaters und haben anscheinend auch keine Bedürfnisse nach weiteren oder anderen Angeboten. Doch die Reduktion auf die deklaratorischen Tätigkeiten ist gefährlich. Da gibt es einerseits die Diskussion auf europäischer Ebene über die Zukunft von Vorbehaltsaufgaben. Berufszugangsregeln und die Genehmigung der Berufsausübung sind zwar nicht per se verboten, die Dienstleistungsrichtlinie gibt jedoch klare Grenzen vor. So sind derlei Regelungen nur gültig, wenn sie nicht diskriminierend, durch ein überwiegendes Gemeinwohlinteresse gerechtfertigt und verhältnismäßig sind.³⁾ Die in einem anderen Mitgliedsstaat erforderliche Registrierung vor Beginn einer Dienstleistungserbringung oder Niederlassung müssten zumindest einfach gestaltet werden. Für die Steuerberater relevant sind derzeit vor allem die Überlegungen zu den Buchhaltern: Sie gehören zu einem Cluster⁴⁾ im Rahmen der „Neuen Binnenmarktstra-

tegie“, für das die EU-Kommission Empfehlungen zu konkretem Reformbedarf in den Mitgliedstaaten angekündigt hat. Dies könnte erhebliche Auswirkungen auf ein wichtiges Betätigungsfeld haben.

Neben der rechtlichen Situation trifft noch eine ganz andere Entwicklung auf die Tätigkeitsfelder der Steuerberater zu: Im Rahmen der digitalen Transformation werden künftig ganze Wertschöpfungsketten durchgängig in die digitale Welt überführt, die Automatisierung führt zu radikalen Veränderungen der Abläufe in den Unternehmen und darüber hinaus. Es ist davon auszugehen, dass auch die kaufmännischen Prozesse vor und nach der Buchung dadurch viel stärker als heute verknüpft werden. Diese Verknüpfung wird dabei nicht nur technische Auswirkungen haben, sondern zwangsläufig auch neue Strukturen, Strategien und Prozesse in den Unternehmen ausbilden.⁵⁾

Entscheidend für die Steuerberater ist nun die Frage, wie sehr sie in diesem Transformationsprozess involviert sind. An diesem Punkt können und müssen sich die Steuerberater engagieren, um auch in Zukunft ihr Fachwissen und das grundsätzlich sehr hohe Vertrauen, das sie genießen, bestmöglich einzusetzen. Der Steuerberater der Zukunft muss mehr denn je auch als unternehmerischer und betriebswirtschaftlicher Berater und Impulsgeber im Rahmen der digitalen Transformation agieren. Die Untersuchung zeigt, dass er zwar im Vergleich zu anderen Berufsgruppen hier nicht schlechter aufgestellt ist, doch steht zu befürchten, dass die digitale Transformation noch ganz andere Mitbewerber hervorbringen wird. Denn wer garantiert, dass im Zuge dieser Entwicklung nicht beispielsweise der Vertrieb oder das Enterprise Resource Planning nicht auch das Rechnungswesen integriert?

³⁾ Zuletzt hatte die EU-Kommission am 02.10.2013 in der „Mitteilung zur Bewertung einzelstaatlicher Vorschriften über den Zugang zu Berufen“ zur Berufsankennungsrichtlinie ihre Beurteilung von Berufsregeln formuliert. Im mitveröffentlichten Arbeitsdokument (SWD(2015)202, S. 32 ff.) wird zwar anerkannt, dass Vorbehaltsaufgaben (neben dem milderen „Titelschutz“) Mittel zur Begegnung der Informationsasymmetrie sei, doch führe es gleichzeitig zu weniger Arbeitsplätzen, höheren Preisen und nur geringem Wettbewerb. Ein weiteres Problem sei der unterschiedliche Umfang von Vorbehaltsaufgaben.

⁴⁾ Die erste Phase soll sich auf sieben vorrangige Sektoren beziehen: Bauingenieure, Architekten, Buchhalter, Rechtsanwälte, Immobilienmakler, Fremdenführer und Patentanwälte.

⁵⁾ BStBK, Steuerberatung 2020. Veränderungsnotwendigkeit, Veränderungsmöglichkeiten und Handlungsfelder, Berlin 2014

DATEV eG

90329 Nürnberg

Telefon +49 911 319-0

Telefax +49 911 147-43196

E-Mail info@datev.de

Internet www.datev.de

Paumgartnerstraße 6-14