

	Rz.	Seite
<b>I. KANZLEISTRATEGIE / STRATEGIEFINDUNG</b>		
<b>1. Vision</b>		<b>1</b>
<b>2. Strategie / Entwicklung</b>		<b>3</b>
a) Persönliche Ebene		3
b) Steuerberatermarkt und Wettbewerb (äußere Ebene)		5
c) Analyse und Zielfindung		10
d) Formulierung und Bewertung der Möglichkeiten		11
e) Auswahl der Strategie		11
<b>3. Dokumentation der Strategie</b>		<b>13</b>
<b>II. STRATEGIEUMSETZUNG</b>		
<b>1. Zielformulierung</b>		<b>17</b>
<b>2. Maßnahmenplan / Balance-Score-Card</b>		<b>19</b>
a) Mitarbeiter		20
b) Prozesse / Produkte		22
c) Kunden		22
d) Finanzen / Liquidität		23
<b>3. Kanzleileitbild und wertorientierte Führung</b>		<b>25</b>
<b>III. HONORARGESTALTUNG</b>		
<b>1. Leistungsumfang</b>		<b>27</b>
<b>2. Wert-/Preisbestimmung</b>		<b>29</b>
<b>3. Gestaltungsmuster</b>		<b>34</b>

#### **IV. ZUKUNFTSPERSPEKTIVEN**

Rz.

Seite

<b>1. DATEV Plattformstrategie</b>	<b>43</b>
<b>2. Steuerberatung 2020</b>	<b>44</b>
<b>3. Zukunftsstudie / Kleine Steuerkanzlei</b>	<b>47</b>
<b>4. Marke „Ihr Steuerberater“</b>	<b>49</b>
<b>5. Netzwerke</b>	<b>50</b>
<b>6. Kooperationen</b>	<b>51</b>

#### **V. OFFICE-MANAGEMENT**

<b>1. Eigenorganisation</b>	<b>54</b>
a) Ablagesystem	54
(1) Ablagerahmen	55
(2) Papierordner und Scan-Ordner	59
(3) Ordnerbeschriftungen	60
(4) Registerbeschriftungen	61
(5) Archiv	61
b) Telefon und Kanzleibesuch	62
(1) Anrufe entgegennehmen	63
(2) Anrufbeantworter	64
(3) Türöffner und Kanzleibesuch	65
c) Schriftverkehr allgemein	65
d) Digitale Dokumentenablage	67
(1) Scan-Ordner	70
(2) Abkürzungen Scan-Ablage	71
e) Fax	72
f) E-Mail-Verkehr	72
g) Büroorganisation	74
(1) Büromaterial bestellen	75
(2) Pflanzen	75
(3) Reinigung	75
(4) Schreddern	75
(5) Raumklima	76
(6) Aufgabenliste	76

	Rz.	Seite
<b>2. Leistungserfassung</b>		77
<b>3. Faktura/Mahnwesen</b>		79
<b>4. Controlling</b>		81
<b>5. Datenschutz und -sicherheit</b>		83
a) Datenschutz		83
b) Datensicherheit		84

## **VI. QUALITÄTSMANAGEMENTSYSTEM**

---

<b>1. Qualitätsquellen</b>		90
a) Handbuch zur Qualitätssicherung und Qualitätsmanagement		90
b) Verlautbarung zur Qualitätssicherung in der Steuerberaterpraxis		93
c) Zertifizierungen		93
d) Rahmen zur Ausarbeitung des eigenen Kanzleihandbuchs		95
<b>2. Geschäftsfeldorganisation</b>		99
a) Finanzbuchhaltung		100
(1) Vorbereitende Tätigkeiten		101
(2) Ablauf		102
(3) Aktive Beratung – Entwicklungsgespräche		104
(4) Nutzung der EDV-Schnittstellen und Programmautomatiken		105
(5) Schritt-für-Schritt-Anleitungen		107
(6) Auswertungen		107
(7) Monatliche Buchhaltungs-Vorarbeiten durch den Mandanten (Info an den Steuerberater)		108
(8) Umsatzsteuer-Voranmeldung		109
(9) Anschreiben an den Mandanten		109
(10) Ordnungsgemäße Buchhaltung		109
(11) Verfahrensdokumentation		111
(12) Ordnungsgemäße Kassenbuchführung		112
(13) Interne Audits		112
b) Lohn		113
(1) Einrichtung eines Lohnmandats		113
(2) Mandanten-Kurzinfo		114
(3) Personal-Stammdaten		116

	Rz.	Seite
(4) Digitalisierung der Lohnbuchhaltung		118
(5) Datenschutz		118
(6) Archivierung der Lohndaten		118
(7) Löschung von Lohndaten		118
(8) Papier-Ordner (Archiv)		118
(9) Outsourcing oder Zusammenschluss unter Kollegen		119
c) Abschluss		119
(1) Bilanz		120
(aa) Dauerakte des Jahresabschlusses		121
(bb) Jahresabschlussunterlagen		122
(cc) Arbeitspapiere für die Jahresabschlusserstellung		123
(dd) Jahresabschlusserstellung		126
(ee) Bilanzpräsentation		127
(ff) Gewinnverbesserungspotenzial		127
(gg) Erstellungsbericht		129
(2) Einnahmen-Überschuss-Rechnung		129
(aa) Abschlussreife Buchhaltung für EÜR		130
(bb) Belege für die Dauerakte		130
(cc) Unterlagen für die laufende EÜR-Erstellung		131
(dd) EÜR-Arbeitspapiere		131
(ee) EÜR-Erstellung		132
(ff) Besprechung der Einnahmen-Überschuss-Rechnung		132
(gg) Erstellungsbericht		132
d) Steuererklärungen		133
(1) Betriebliche Steuererklärungen		133
(2) Einkommensteuer		134
(aa) Vorausgefüllte Steuererklärung		135
(bb) Arbeitspapiere		135
e) Beratung		136
f) Langfristige Geschäftsausrichtung		137
<b>3. Mandatsannahme und Mandatsbeendigung</b>		<b>138</b>
a) Mandatsannahme		138
(1) Kennenlernen		138
(2) Erwartungen klären		138

	Rz.	Seite
(3) Angebot		139
(4) Vertragsgestaltung		140
b) Mandatsbeendigung		141
<b>4. Qualitätsträger</b>		142
a) Mitarbeiter		142
(1) Organigramm		142
(2) Stellenbeschreibung (Aufgaben)		143
(3) Anzahl der Mitarbeiter		145
(4) Mitarbeitergewinnung		145
b) Personalauswahl		145
(1) Einstellungsprozess		146
(2) Einarbeitungsplan für einen neuen Mitarbeiter		148
(3) Feedback-Gespräche		149
(4) Mitarbeitermotivation		149
c) Fortbildung		150
d) Fachliteratur und Datenbanken		151
(1) Fachliteratur		151
(2) Datenbanken		151
e) Mitarbeiterbesprechungen		152
f) Risikobegrenzung		152
<b>5. Audits</b>		153

## **VII. DIENSTLEISTUNGSANGEBOT (SERVICE-CENTER)**

---

<b>1. Definition der Hauptdienstleistungen</b>		155
a) Erstellung der Finanzbuchhaltung		155
(1) Zusatzdienstleistung – Qualifizierung des Buchhaltungspersonals des Mandanten		160
(2) Zusatzdienstleistung – Forderungsmanagement für Mandanten übernehmen		161
(3) Zusatzdienstleistung – Wissensaustausch und Kontaktbörse		161
b) Erstellung der Lohnbuchhaltung		161
(1) Zusatzdienstleistung – Büroorganisation Lohn		164
(2) Lohn-Dauerakte		165

	Rz.	Seite
(3) In die laufende Personalakte gehört		165
(4) Personal-Dauerakte		166
c) Erstellung des Jahresabschlusses und der betrieblichen Steuererklärungen		166
d) Erstellung der privaten Steuererklärungen		169
e) Steuerliche sowie betriebswirtschaftliche Beratung		170
<b>2. Servicekultur</b>		176
a) Serviceziele definieren		176
b) Servicedefizite erkennen und beheben		177
c) Mandantenkontaktpunkte definieren		178

## **VIII. VERMARKTUNGSKONZEPT**

---

<b>1. Profilierung</b>		184
a) Profilierung auf fachlicher Ebene		184
b) Profilierung mit besonderem Service		185
c) Profilierung durch Zielgruppenorientierung		186
d) Profilierung durch Spezialisierung		187
<b>2. Mandantenorientierter Dienstleistungskatalog</b>		189
a) Mögliche Paketzusammenstellungen		190
b) Jahresabschlusserstellung		199
c) Private Steuererklärungen		203
d) Abschließende Übersicht (Zusammenfassung)		204
<b>3. Außenwirkung steuern</b>		205
a) Corporate Identity (Unternehmensidentität)		209
b) Empfehlungsmarketing		212
c) Dank für eine Weiterempfehlung		214
d) Weitere Marketing-Ideen		214
e) Fazit		214

## **IX. SCHLUSSBEMERKUNG**

---