

taa

travel agency accounting

Newsletter No.42

Nachrichten aus Touristik, Backoffice
und Betriebswirtschaft vom 9. März 2012



Flug	820342304	223185710	18084209	2,17%	22,28%	0,66%	307300	3274
Flug sonstige	16922808	15084209	183080400	24,17%	0,66%	3,73%	40682	14198
Touristik	89812417	63080400	870558	2,41%	3,73%	5,37%	103233	20409
Hotel	4472810	3602264	870558	-27,29%	2,41%	5,37%	188864	20409
EV	11355676	15818710	-4263034	-7,46%	4,42%	5,47%	201728	208108
Bahn	20776002	22449986	-1674984	-3,07%	4,72%	0,52%	19448	1964
sonstige Beförderung	22190074	22891827	-701753	-0,99%	0,45%	0,00%	35	6
Versicherung	2139253	2160576	-21323	-0,99%	-0,01%	0,00%	1864	18757
Umsatzverrechnung	-38849	630	-39479	-6,30%	0,41%	0,49%	1864	18757
Sonstige Umsätze	1933329	2063233	-129904	-6,30%	0,41%	0,49%	1864	18757
Gebühren	20523205	18768307	1754898	9,35%	4,36%	4,49%	1864	18757
Summe Umsatz	470427757	41836457	52063222	12,44%	100,00%	100,00%	1864	18757
Personalkosten	21818704	21446289	372415	1,74%	59,19%	5,91%	19835	14966
Miete	3135597	3252031	-116434	-3,56%	8,11%	8,93%	28505	1564
Amadeus	1366845	1330178	36667	2,76%	3,71%	3,65%	12426	93
Kommunikation	2138424	2140006	-1582	-0,07%	0,80%	5,88%	18440	115
Werbung	1284003	1499279	-215276	-14,36%	3,40%	4,12%	11672	11672
Betriebsaufwand	1554781	1474656	80125	5,43%	4,22%	4,22%	11672	11672

Newsletter No.42

Nachrichten aus Touristik, Backoffice und Betriebswirtschaft vom 9. März 2012

In diesem Newsletter:

Editorial.....	3
Branche	
Eine wohlthuende Mitteilung – Die Umsatzzahlen bis Februar 2012	4
Die Optional Payment Charge – Einführungsphase beendet!.....	5
Spezialisierung: Der Schlüssel zum finanziellen Erfolg?.....	6
Interview: Rentabel und wirtschaftlich mit neuen Ideen	9
Travel Management	
FAQs aus dem Bereich Travel Management und Reisekostenrecht.....	10
Reisebüro-Workshops für Travel Manager.....	12
Steuer und Recht	
Vorsteuerabzug in Gefahr.....	14
Service	
Die Telefonnummer mit dem Plus an Leistung – der Kundenservice der taa!.....	15
Relaunch des taa Newsletters.....	16
Insight	
Hokuspokus Fidibus – und schon ist ein taa Newsletter gezaubert!.....	17
Input	
Betriebswirtschaftlicher Begriff: Revisionssicherheit.....	18
Impressum.....	18

“ Nur mit einem hochprofessionellen Leistungsspektrum und qualifizierten Mitarbeitern erlangt man betriebswirtschaftlichen Erfolg – sowie Kundenzufriedenheit in höchstem Maße. ”



Günther Brehm
Geschäftsführer taa

Editorial

Der Erfolg eines Unternehmens lässt sich in erster Linie an betriebswirtschaftlichen Faktoren messen. Hierzu werden gerne Umsatz- und Erlösentwicklung, aber auch Potentiale zur Kosteneinsparung anhand von einem Benchmark der Partner oder Wettbewerber verglichen. Allerdings stellt man dabei häufig fest, dass diese Betriebskennzahlen sehr stark voneinander abweichen und sich dafür aber keine plausiblen Erklärungen finden, insbesondere wenn man sich mit den Ertragsfaktoren pro Mitarbeiter beschäftigt.

Ein gutes Beispiel in der Reisebürobranche ist die Gegenüberstellung eines Firmendienstes zu einem touristisch versierten Unternehmen. Durch die Optimierung der Prozesse und die Anwendung unterschiedlichster Verkaufsvarianten und Buchungstechniken ist es durchaus möglich, in der Sparte des Travel Managements die Effizienz der Erlöse zu steigern. Dem steht die touristische Seite eines Reisebürounternehmens gegenüber. Täglich muss der touristische Reiseverkäufer die Herausforderung bestehen, sich mit der virtuellen Welt vergleichen zu lassen – obwohl eine persönliche Beratung durch nichts zu ersetzen ist. Genau hier sind die persönlichen Qualifikationen der Touristiker viel stärker gefragt als die der Mitarbeiter im Business Travel. Denn wenn es bei einem hohen Beratungsaufwand zu keinem Kaufabschluss kommt, ist lediglich ein betrieblicher Aufwand entstanden.

Denn ist es nicht so, dass die qualifizierte Beratung des eigenen Mitarbeiters nach allen Buchungsmaschinen und Vergleichssystemen im Vordergrund steht? Es gilt somit, das Beratungspersonal in seinem Know-how und seiner Servicequalität zu „optimieren“, um im Gegenzug eine Steigerung der Umsatz- und Erlöszahlen zu erhalten.

Aktuelle Studien haben indes ergeben, dass sich Unternehmer viel zu wenig mit ihren Mitarbeitern beschäftigen. Ein weiteres offenkundiges Ergebnis ist, dass wenig motivierte oder nicht ausreichend ausgebildete Mitarbeiter kaum mehr als die Hälfte der Leistung von hochmotivierten und leidenschaftlichen Verkäufern bringen. Dabei sind Unterschiede in den Personalkosten meist nur gering. Folglich muss die Unternehmensführung sich stets darum bemühen, im Interesse des eigenen Erfolgs die Quote gut ausgebildeter und geschulter Mitarbeiter zu erhöhen.

Für uns von der taa lautet die Devise für das Jahr 2012, die ganzheitliche Förderung und Motivation unserer Mitarbeiter in den Vordergrund zu stellen und zugleich unsere Produkte und Dienstleistungen weiterhin zu optimieren. Denn: Nur mit einem hochprofessionellen Leistungsspektrum und qualifizierten Mitarbeitern erlangt man betriebswirtschaftlichen Erfolg – sowie Kundenzufriedenheit in höchstem Maße.

Eine wohlthuende Mitteilung – Die Umsatzzahlen bis Februar 2012

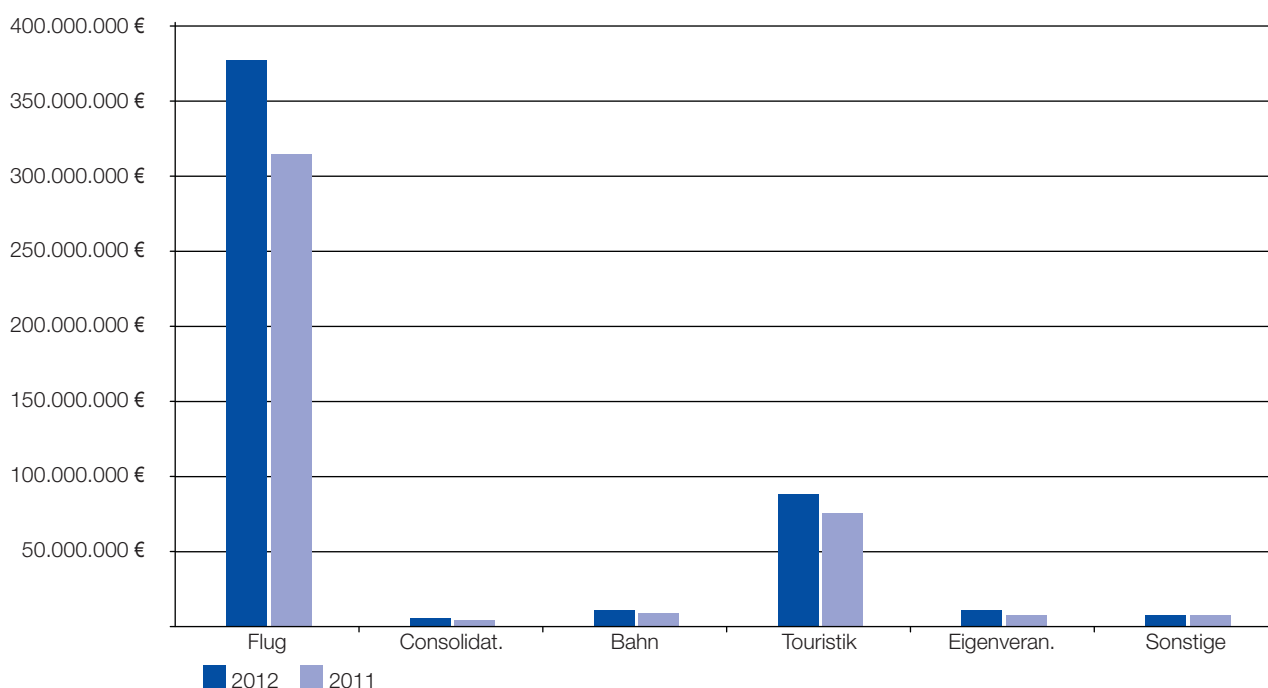
Bei eher zurückhaltenden Prognosen der Wirtschaftsexperten für das laufende Jahr konnten die Umsätze – abgereiste Werte unserer betreuten Unternehmen – im Vergleich zum Vorjahr stark gesteigert werden. Beim Flugumsatz registrieren wir bis Februar ein Plus von 21 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die Bahnumsätze verzeichnen eine Zunahme um 11 Prozent, die sich

wahrscheinlich durch die Streiks am Frankfurter Flughafen begründet. Eine Umsatzsteigerung gegenüber dem Vorjahr um 13 Prozent erreichte das Touristikgeschäft. Da viele Fachleute in diesem Jahr ein Wirtschaftswachstum von lediglich 1 Prozent erwarten, ist dies in der Tat ein sehr erfreulicher Verlauf.

Umsatzentwicklung Januar bis Februar 2012

		Flug	Consolidat.	Bahn	Touristik	Eigenveran.	Sonstige	Summe
Januar	2012	193.545.472	2.460.765	5.799.187	39.066.151	6.583.135	4.450.611	251.905.321
	2011	156.466.477	2.339.257	5.434.330	36.481.775	4.650.074	4.533.948	209.905.861
		24%	5%	7%	7%	42%	-2%	20%
Februar	2012	182.699.953	2.541.709	6.017.399	42.924.723	4.627.117	4.295.557	243.106.458
	2011	153.681.935	2.340.580	5.245.141	36.221.650	3.627.705	4.071.586	205.188.597
		19%	9%	15%	19%	28%	6%	18%
Gesamt 2012		376.245.425	5.002.474	11.816.586	81.990.874	11.210.252	8.746.168	495.011.779
2011		310.148.412	4.679.837	10.679.471	72.703.425	8.277.779	8.605.534	415.094.458
		21%	7%	11%	13%	35%	2%	19%

(Datenbasis: 539 ausgewertete Unternehmen)



Die Optional Payment Charge – Einführungsphase beendet!

Erste Erkenntnisse der Reisebüros hinsichtlich Liquidität und Kundenbindung.

Unsere Darstellungen und Informationen im Newsletter No.40 zur Einführung der Optional Payment Charge (OPC) der Lufthansa Verbund-Airlines haben in unserem Kundenkreis eine erhebliche Resonanz gefunden. Das Thema OPC mit der Weitergabe der Kreditkartengebühren durch Fluggesellschaften und die Einführung des

AirPlus Debit Accounts haben für Reisebüros diffuse Auswirkungen, die noch nicht vollständig erkannt worden sind. Wir möchten Ihnen daher nachfolgend einige Erfahrungen weitergeben, die sich aus unserer Sicht und auf Basis der Zahlen, die uns aus IBIZA Cockpit sowie von uns selbst erstellten Benchmarks vorliegen.

1 Das AirPlus Debit Account

Ein Großteil der Reisebüros setzte das AirPlus Debit Account ein, um Ihren Kunden Preis-erhöhungen zu ersparen. Nach Erhebungen von taa wird ca. **10 Prozent des Fluggeschäfts** auf diesem Weg abgewickelt. Dies hat zur Folge, dass den Reisebüros die Flugpreise unmittelbar verrechnet wurden, wo-

durch sich wiederum die Liquidität in diesem Bereich erheblich verschlechterte. Zudem hat eine Reihe von Kunden bei uns angefragt, wie sich derartige Abbuchungen versichern lassen. Dies zeigt deutlich, dass das Mahnwesen bzw. die Überwachung der Außenstände erheblich an Bedeutung gewinnt.

Nach unseren Erhebungen wird ca. 10% des Fluggeschäfts mit AirPlus Debit Accounts abgewickelt.

2 Die Kreditkartenzahlung

Das gewöhnliche Kreditkartengeschäft stellt unverändert den Hauptanteil im Geschäftsreisebereich dar. Die Umsatzerhöhung von 19 Prozent im Februar 2012 deutet darauf hin, dass die meisten Kunden die zusätzliche Gebühr für die Kreditkartenzahlung akzeptiert haben und weiterhin dem Reisebüro treu bleiben. **Die Preiserhöhung, die aus der Integration der OPC resultiert, beträgt**

ungefähr 3 Prozent des Umsatzes. Diese Zahlungsweise ist offenbar für die Reisebüros der neutralste Weg. Der Kunde trägt die Zusatzkosten, und das Zahlungsziel auf Reisebüroseite bleibt bestehen. Gemäß unseren Erhebungen liegt der Anteil des Kreditkartengeschäfts bei nahezu 75 Prozent des gesamten Flugumsatzes.

Der Anteil des Kreditkartengeschäfts liegt bei nahezu 75% des gesamten Flugumsatzes.

3 Der Cash-Verkauf – Zahlung gegen Rechnung

Es gibt erste Erkenntnisse, wonach eine geringe Abwanderung vom Kreditkartengeschäft zum Cash-Geschäft stattfindet. Während sich im Vorjahr der **Cash-Anteil auf 15,19 Prozent belief, liegt er per Januar 2012 bei 16,04 Prozent.** Es ist wichtig, in diesem Zusammenhang darauf hinzuweisen, dass sich ein erhöhter Cash-Anteil negativ auf die Bürgschaftsver-

pflichtung gegenüber der IATA auswirkt. Zudem erhöht sich hierbei der Buchhaltungsaufwand und der Aufwand im Mahnwesen. Um eine weitere Verlagerung in Richtung Invoicing zu vermeiden, schlagen Reisebüros häufig eine zusätzliche Rechnungsgebühr auf den Flugpreis auf. Dies jedoch verursacht meist den Unwillen des Reisenden.

Während im Vorjahr der Cash-anteil 15,19% betrug liegt er per Januar 2012 bei 16,04%.

Darüber hinaus stellen wir in unseren Benchmarks seit geraumer Zeit fest, dass das Verhältnis von Umsatz zu Erlös ungünstiger wird. Ursache hierfür ist die Zunahme des Online-Geschäfts. Wir werden daher den Zuwachs im Online-Geschäft in den nächsten Monaten besonders ausführlich analysieren. Der Anteil des Flugumsatzes, der von Reisebüros über Online-Portale abgewickelt wird, liegt derzeit bei ca. 5 Prozent des Gesamtflugumsatzes – Tendenz steigend.

Die Einführung der OPC trägt hierbei nicht zu einer Veränderung bei. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass Industriekunden mehr

und mehr versuchen, die Servicekosten der Reisebüros zu reduzieren.

Somit gilt: Reisebüros müssen erfolgreich und finanziell strategisch handeln, um in Zukunft keine Liquiditätsverluste zu erleiden. Das Preiskarusell dreht sich weiter...

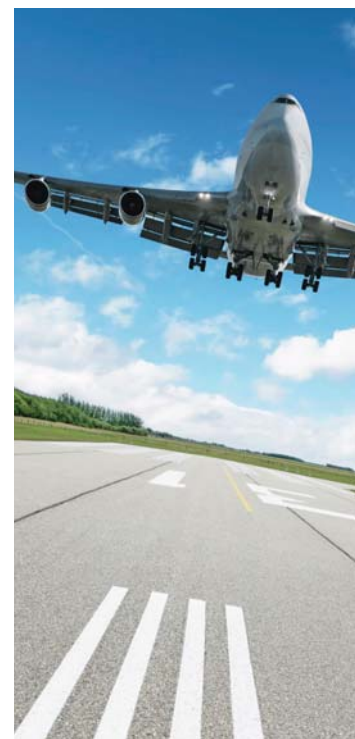
Anmerkung: Bei unseren Datenerhebungen zu diesem Thema wurden wir, wie bereits in anderen Newsletter-Beiträgen, von unserem Partner ta.ts und dessen Reporting-System IBIZA Cockpit sehr zielgerecht unterstützt. Weitere Infos über dieses Reportingtool finden Sie unter www.ta-ts.de



Spezialisierung: Der Schlüssel zum finanziellen Erfolg?

Ähnlich der Spaltung des Berufsbildes von Angestellten im Reisebüro hat sich auch die strategische Ausrichtung im Reisebüro von einem Allround-Betrieb zum Spezialisten entwickelt. Die Hintergründe hierfür sind, dass die Arbeitsabläufe im Flug- und Touristikgeschäft unterschiedlich sind. Gleiches gilt für die Anforderungen der Kunden an Mitarbeiterqualifikationen und den Standort des Reisebüros. So haben sich beide Sparten nachweislich auseinander entwickelt.

So gibt es einerseits Reisebüros, deren Schwerpunkt auf dem Geschäftsreisebereich liegt und die überregional aktiv sind, bei denen ein zentraler Standort nicht unbedingt im Mittelpunkt steht. Anders die Reisebüros mit primär touristischer Ausrichtung: Hier spielt die Lage noch immer eine große Rolle, um die Rentabilität zu sichern. Durch diese Spezialisierung ist es gelungen, die jeweiligen Erträge wesentlich zu verbessern.



Hier ein Überblick: Spezialisierung und Wirtschaftlichkeit im Vergleich

Umsatz 2011	Mit Fluganteil über 65% 19 Unternehmen	Mischbetriebe 68 Unternehmen	Mit Touristikanteil über 65% 22 Unternehmen
Flug BSP	255.030.290	278.106.661	7.296.728
Flug sonstige	13.504.166	20.726.086	3.410.038
Touristik	24.738.371	162.472.945	52.665.284
Hotel	3.981.562	5.121.627	429.527
EV	4.103.562	19.661.708	2.161.115
Bahn	12.605.594	27.228.638	1.097.870
Sonstige Beförderung	6.469.121	32.369.943	10.049.489
Sonstige Umsätze	2.302.548	4.927.820	1.054.972
Gebühren	18.491.608	21.813.841	551.144
Summe Umsatz	341.226.823	572.429.268	78.716.166

Erlös 2011

Flug BSP	17.702.671	20.562.799	639.212
Flug sonstige	306.174	963.723	164.291
Touristik	2.529.405	16.235.908	5.475.135
Hotel	499.830	908.489	41.921
EV	550.163	4.939.283	468.458
Bahn	1.068.308	2.652.774	105.936
Schiff	790.685	3.959.659	1.091.638
Versicherung	107.362	684.537	215.933
Sonstige Erlöse	1.765.662	1.756.466	384.929
Sonstige Serviceentgelte	-213.999	300.237	11.090
Zwischensumme Erlöse	25.106.263	52.963.875	8.598.543
Erlöse Vorzugspreisentgelt	4.222	50.577	218
Gesamtsumme Erlöse	25.110.485	53.014.453	8.598.762
E / U in % (ohne VZP)	7,36%	9,25%	10,92%

Kosten 2011

Personalkosten	13.120.920	28.734.808	4.235.506
Miete	1.488.614	4.301.942	632.581
Amadeus	812.994	1.758.396	263.080
EDV & Kommunikation	1.879.127	2.556.894	459.079
Werbung	474.790	2.097.203	371.381
Vertretungsaufwand	461.415	2.225.100	795.231
Reisekosten / Bewirtung	368.976	536.726	59.203
Buchhaltung	887.061	1.277.002	156.416
Sonstiger Aufwand	2.013.961	4.978.846	641.157
Abschreibung	246.431	475.801	25.368
Zwischensumme Kosten	21.754.288	48.942.719	7.639.001
Kosten Vorzugspreisentgelt	-126	37	7
Summe Kosten	21.754.163	48.942.756	7.639.008
Betriebsergebnis	3.356.322	4.071.697	959.754
Außerord. Aufwand und Erlös	-940.248	-599.767	-70.441
Summe	-940.248	-599.767	-70.441
Unternehmensergebnis	2.416.074	3.471.930	889.313
Wirtschaftlichkeit	1,15%	1,08%	1,13%

Umsatz pro Mitarbeiter 2011	858.209	657.397	613.300
Umsatz pro Mitarbeiter 2010	770.712	614.211	618.689
Kosten pro Mitarbeiter 2011	54.714	56.207	59.518
Kosten pro Mitarbeiter 2010	55.620	56.619	60.929

(Quelle: taa Benchmark – Datenbasis: 109 Unternehmen)

Während bei einem Allround- oder Mischbetrieb viele Serviceleistungen unentgeltlich erfolgen – die Wirtschaftlichkeit für das Jahr 2011 beträgt hier 1,08 – entwickelt sich die Ertragskraft in spezialisierten Betrieben immer günstiger. In geschäftsreiselastigen Büros beträgt die Wirtschaftlichkeit 1,15, auch in Betrieben mit Fokus auf der Touristik ist sie mit 1,13 eher gut.

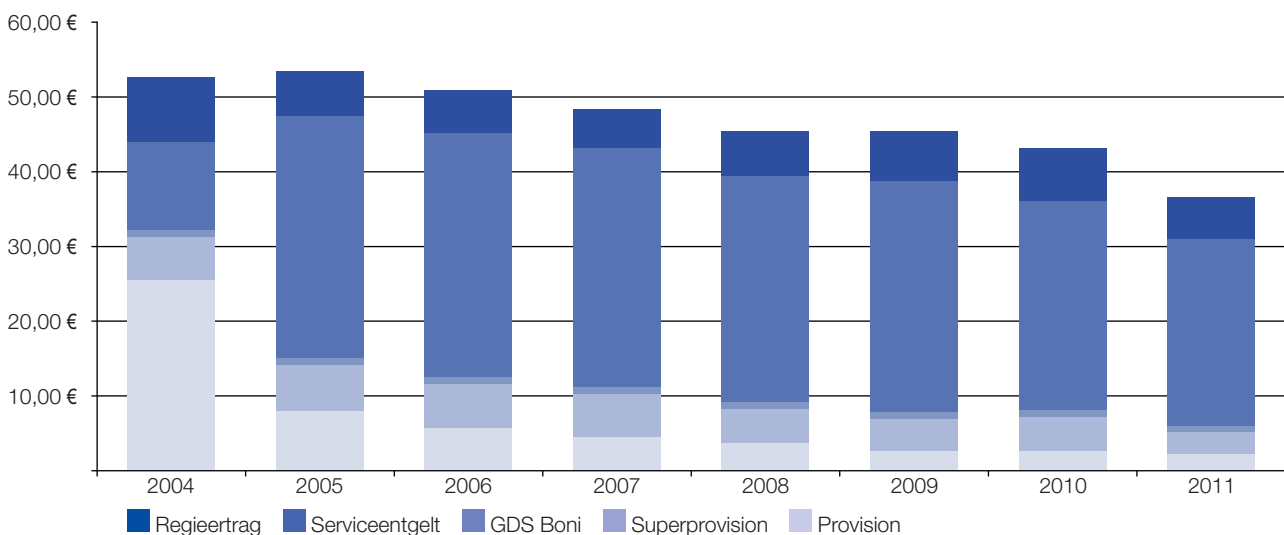
Gleichzeitig lässt sich aber auch feststellen, dass die Wirtschaftlichkeit im Kerngeschäft rückläufig ist. Das geht aus der Erlösentwicklung bei Flugscheinen hervor.

Betrachtet man in einer weiteren Analyse die Wirtschaftlichkeit der Ticketentwicklung, kommt man seit Einführung der Null-Provision im Jahr 2004 zu einer sehr starken Abwärtsentwicklung im Erlösbereich bis zum Jahr 2011.

Die Entwicklungen pro Flugticket	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Durchschnittsumsatz je Ticket	561,75	577,39	603,16	590,99	598,16	529,76	541,09	535,54
Provision	25,58	8,07	5,71	4,53	3,78	2,75	2,70	2,24
Superprovision	5,62	6,06	5,87	5,82	4,53	4,27	4,54	2,93
GDS Boni	1,07	1,01	0,99	0,87	0,84	0,84	0,86	0,69
Serviceentgelt	11,78	32,32	32,64	32,00	30,39	30,93	28,07	25,11
Regieertrag	8,62	5,97	5,71	5,13	5,90	6,70	7,01	5,61
Erlöse Flug pro Tix	52,66	53,43	50,93	48,35	45,44	45,49	43,18	36,58
Vorzugspreisentgelt	0,00	0,00	0,00	0,00	0,63	5,13	1,14	0,11

(Quelle: taa Benchmark – Datenbasis: 94 Unternehmen)

Durchschnittsumsatz pro Ticket



In der Finanzbuchhaltung sind die Erlöse aufgeteilt in Provision, Superprovision, Amadeus-Boni, Serviceentgelt und Regieertrag. Während im Jahr 2004 der Erlös pro Ticket bei 52,66 Euro lag, beträgt er im Jahr 2011 gerade noch 36,58 Euro. Sicher ist, dass sich bei sinkenden Erlösen auch das Ergebnis pro Ticket reduziert. Daher ist

diese Betriebsgruppe gezwungen, ihre Umsätze ständig zu steigern, um die Erträge annähernd zu halten.

Lesen Sie zum Thema „Spezialisierung“ unser Interview mit Frank Tyzak und Ina Bretschneider, Die Bahnfüchse – Berlin.



Rentabel und wirtschaftlich mit neuen Ideen ...

Interview „Die Bahnfüchse“ – Berlin

Inhaber: Frank Tyzak – Ina Bretschneider

taa: *Wie erreichen Sie solchen herausragenden Erfolg im schwierigen Bahnfahrkartengeschäft?*

Frau Bretschneider: Durch die Spezialisierung können wir unseren Kunden europaweit Tarife anbieten, die dann nur bei uns exklusiv erhältlich sind. So setzen wir uns gegen den üblichen Branchentrend zunehmender Onlinebuchung von Bahntickets erfolgreich durch.

taa: *Worin besteht Ihr Erfolgsrezept?*

Herr Tyzak: Das Erfolgsrezept besteht aus Komponenten, die sich die Schwächen des Online-Vertriebs zunutze machen: gleichzeitiger Zugriff auf die Verkaufssysteme und Tarife mehrerer europäischer Eisenbahnen, Kombination aus diesen und konsequentes Anbieten des besten Preises. Dieses Rezept funktioniert nur durch hochmotivierte

Mitarbeiter, die über verkehrsgeographische Kenntnisse verfügen und durch interne Schulungen sich den permanenten Veränderungen im Tarifdschungel anpassen. Ergänzt wird dieses, ursprünglich rein auf Bahnreisen basierende Konzept, durch die Übernahme eines traditionsreichen Berliner Reisebürostandortes, in dem sich beide Geschäftsmodelle ideal ergänzen.

taa: *Welche Zukunftspläne haben Sie?*

Herr Tyzak: Wir möchten uns ganz auf das Wachstum unseres Unternehmens und die Verbreitung unseres einzigartigen Konzeptes konzentrieren. Mit der taa an unserer Seite wird dies zu realisieren sein.

Die Bahnfüchse betreiben bereits 3 Reisebüros in Berlin

Weitere Infos finden Sie unter www.bahnfuechse.de

FAQs aus dem Bereich Travel Management und Reisekostenrecht

FAQ 1: Welche Vorgaben muss die Reiserichtlinie für meine Mitarbeiter enthalten?

Die offizielle Reiserichtlinie eines Unternehmens enthält Begrenzungen und individuelle Regelungen zu Fahrt-, Verpflegungs-, Übernachtungs- und Nebenkosten einer Dienstreise. Diese Richtlinie sollte sowohl vor der Reise im Unternehmen bzw. Travel Management als auch bei

der anschließenden Reisekostenabrechnung verbindliche Anwendung finden und Prüfungsgrundlage sein.

Nachfolgend einige Punkte, bei denen häufig Unklarheiten auftauchen, weshalb sie in einer unternehmens-eigenen Reiserichtlinie klar definiert sein sollten:

1 Fahrtkosten

- Müssen alle Autofahrten und Strecken mit dem Dienstwagen zurückgelegt werden?
- Bis zu welcher Kilometergrenze ist der private PKW zu nutzen?
- Wie hoch ist die Kilometererstattung? Greift die gesetzliche Kilometerpauschale?
- Darf jeder Mitarbeiter im Unternehmen Bahn 1. Klasse fahren?
- Besteht die Wahlmöglichkeit zwischen ICE oder Nahverkehrszug?
- Welche Buchungsklassen – Economy, Business oder First – sind bei Flügen zu berücksichtigen?
- Erhält der Mitarbeiter oder das Unternehmen Gutschriften aus Förderprogrammen von Airlines?
- Welche Strecken dürfen mit dem Taxi gefahren werden und welche sind mit Bus und Bahn zurückzulegen?
- Bucht der Mitarbeiter selbst seine Fahrkarten und Tickets oder gibt es ein zuständiges Reisebüro oder ein Travel-Management?

2 Verpflegungskosten

- Wird nur nach steuerlichen Sätzen vergütet und gekürzt?
- Wird Frühstück im Inland bzw. Ausland erstattet?
- Gibt es typische Veranstaltungen, bei denen die Mitarbeiter voll verpflegt werden und somit keine Pauschale erhalten?
- Werden prinzipiell pauschale Verpflegungssätze dem Mitarbeiter erstattet oder muss dieser diese Aufwendungen in seiner privaten Einkommensteuererklärung geltend machen?

3 Übernachtungskosten

- Wird eine Übernachtungspauschale erstattet oder der tatsächliche Betrag des Übernachtungsbeleges?
- Wie hoch ist die Pauschale im In- und Ausland?
- Gibt es eine Begrenzung der Übernachtungskosten?
- Gibt es Unterschiede für Mitarbeiter, die über- oder untergeordnet sind?
- Gilt für Business-Pakete einschl. Frühstück eine gesonderte Kürzungsregelung?

4 Nebenkosten

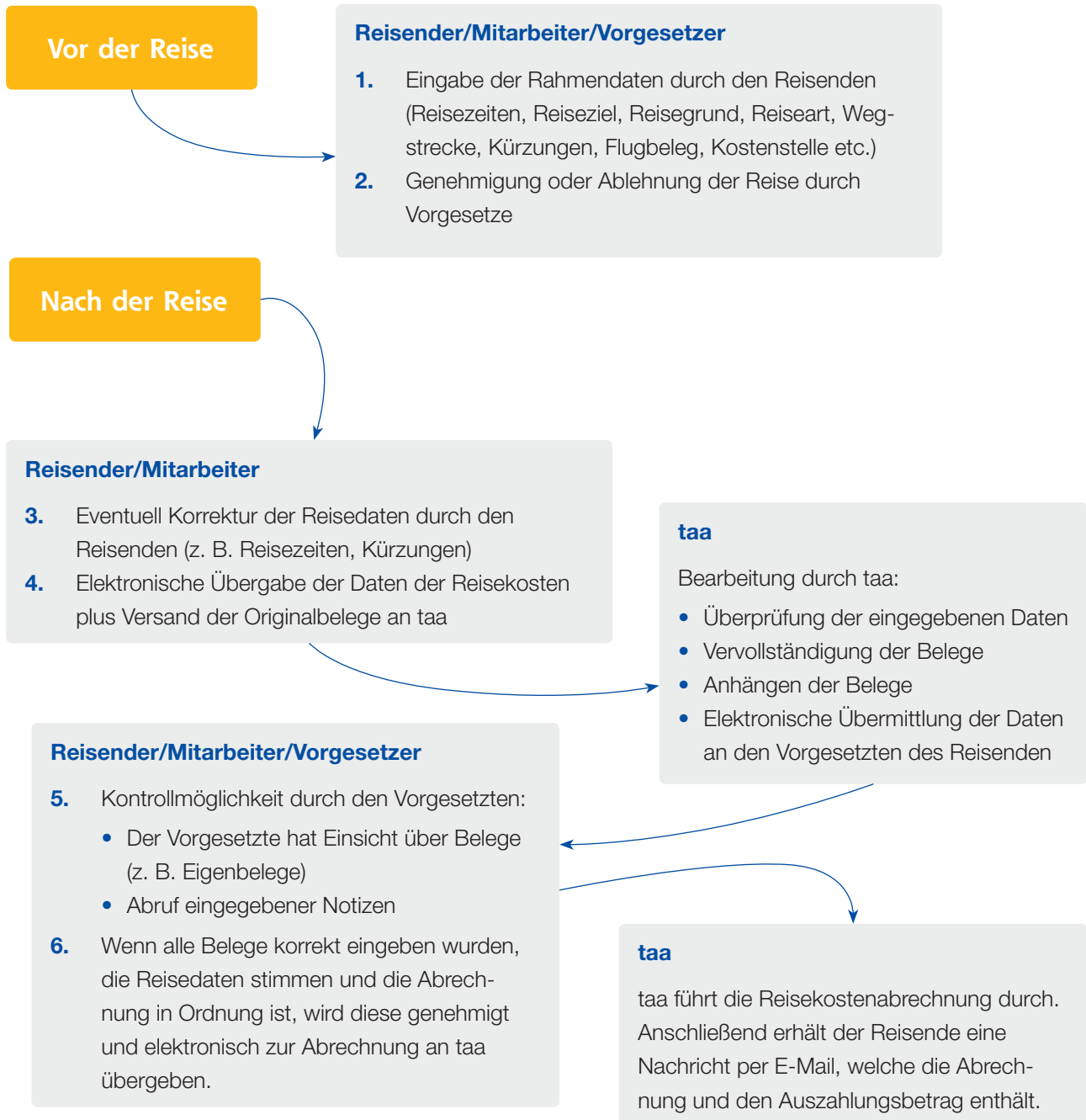
- Werden dienstliche Telefonkosten in voller Höhe erstattet?
- Gibt es eine Höchstgrenze für Bewirtungskosten?
- Wird Eigenbewirtung erstattet?

Das sind nur einige Beispiele, die in einer Reiserichtlinie klar definiert sein sollten, um unnötigen Ansprüchen oder Missverständnissen aus dem Weg zu

gehen. Benötigen Sie Unterstützung bei der Erstellung Ihrer Reiserichtlinie oder haben Sie Fragen zum Thema? Wir stehen Ihnen gerne zur Verfügung.

FAQ 2: Wie könnte ein Genehmigungsverfahren innerhalb des Abrechnungsprozesses einer Reisekostenabrechnung durch taa verlaufen?

Mit geeigneten Systemen ist es möglich, einen Genehmigungsprozess in die Reisekostenabrechnung zu integrieren. Sie sparen Papier, Arbeit und vor allem Zeit. Hier ein kurzer Abriss eines möglichen Vorgangs:



Ihre Fragen rund um das Thema Reisekostenabrechnung und Travel Management beantwortet Ihnen sehr gern Frau Hanne Lang.
Telefon: 06022 / 200 - 583
E-Mail: hanne.lang@taa.de

Reisebüro-Workshops für Travel Manager

Apoggio hilft Reisebüros, schnell und einfach Events für Firmenkunden zu organisieren

Wie auch schon in den letzten Ausgaben unseres Newsletters möchten wir Sie mit Partnern aus unserem weiten Netzwerk bekannt machen. Heute möchten wir Ihnen das Konzept von Apoggio vorstellen.

Für mittelständische Reisebüros, ist es oft schwer, auf eigene Faust eine Informationsveranstaltung für Firmenkunden zu organisieren. Hier kommt Ihnen die Marketing-Beratung Apoggio zu Hilfe.

Sie übernimmt die gesamte Organisation der Veranstaltung und unterstützt durchgängig den Prozess. Durch die **Beteiligung von Kooperationspartnern**, die sich aus marktprägenden Unternehmen der Reisebranche rekrutieren, unterstreichen die Reisebüros ihre Kompetenz bei gleichzeitiger Kostenreduzierung. Das Reisebüro hat durch den Service von Apoggio einen geringen personellen Aufwand und geringe Kosten.



Wählen Sie aus folgende Vortragsthemen.

Gestalten Sie Ihren individuellen Workshop.

Thema I Begrüßung durch den Reisebüro-Inhaber.
Individuelle Präsentation des Reisebüros (**Mehrwert**)

Thema II Onlinebuchung als Ergänzung zum Telefon.
(**Referent nach Wunsch: Atlas, Amadeus, Onesto**)

Thema III Entdecken Sie weitere Einsparpotenziale.
Nutzen Sie Ihr Reporting. (**ta.ts**)

Thema IV Effiziente Prozesse bei der Abrechnung von Reisekosten. (**taa**)

Thema V So klappt's auch mit dem Visum.
Fallstricke und wie Sie diese vermeiden. (**Cibt Visum Centrale**)

Thema VI Das richtige Hotel finden. Was Geschäftsreisende von ihrem Business Hotel erwarten. (**nh Hotels**)

Unter dem Motto „Machen Sie Ihre Kunden erfolgreich“ steht Ihnen Apoggio zur Verfügung.

Ablauf der Veranstaltung

- Nachmittags ca. 3 Stunden. Beginn 15 Uhr. Auch als Vormittagsveranstaltung möglich.
- Begrüßung durch einen Vertreter des Reisebüros als Gastgeber. Professionelle Unternehmenspräsentation
- Ca. 4 Vorträge je 30 Minuten und jeweils 10 Minuten Diskussion
- Abschluss: Drink, Networking.

Die Fachthemen können individuell gestaltet werden. Arbeitet beispielsweise ein Reisebüro mit der IBE von Amadeus, wird ein Referent von Amadeus vorgeschlagen. Jedoch nicht nur das Thema Online wird behandelt. In weiteren Themen geht es darum, welche Fallstricke es bei der Visum-Beschaffung gibt, wie Einsparpotenzial mit Hilfe von Reporting-Tools erkannt und genutzt werden können oder wie die Prozesse bei der

Abrechnung von Reisekosten effizient gestaltet werden können. Den Veranstaltungstermin bestimmt das Reisebüro. Denn im Fokus von Planung und Umsetzung stehen der Ausbau seiner Kundenbindung und die Überzeugung potenzieller Kunden. Entsprechend der Apoggio-Philosophie ist am Ende des Workshops ein persönliches Networking eingeplant.



Ein Rund-um-Sorglospaket - Folgende Vorleistungen sind inkludiert:

- Konzeption der Veranstaltung
- Organisation der Veranstaltung
- Abstimmungsgespräch mit dem Reisebüro vor Ort
- Vorgefertigtes Einladungsschreiben mit Programmablauf
- Auswahl der Fachthemen und Absprache mit den Referenten
- Freier Veranstaltungsraum
- Bewirtung der Teilnehmer mit Konferenzgetränken
- Beratende Unterstützung bei der Selbstdarstellung des Reisebüros (Einführungsreferat, PPT)

Die Workshops sind für eine Teilnehmerzahl von ca. 20 Personen bei einer Dauer von drei Stunden konzipiert. Die Organisation wird den jeweiligen Gegebenheiten angepasst.

Unter dem Motto „Machen Sie Ihre Kunden erfolgreich“ steht Ihnen Apoggio zur Verfügung.

Weitere Informationen unter

www.apoggio.de

oder direkt an Apoggio

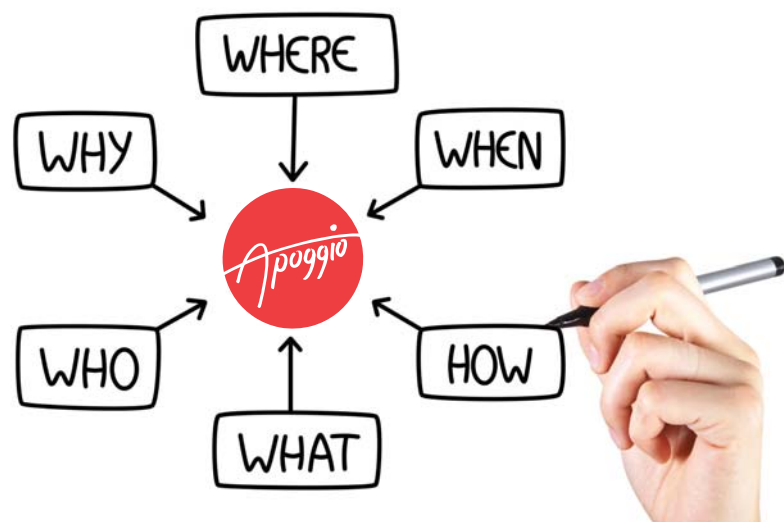
Frau Monika Koch

per Telefon

069 / 66377221

oder per E-Mail

apoggio@dlh.de



Vorsteuerabzug in Gefahr

Neuerungen bei Übermittlung elektronischer Rechnungen

Elektronische Rechnungen sind sowohl für den Rechnungsversender, als auch für den Rechnungsempfänger ein umfangreiches Thema.

Rechnungen werden in der heutigen Zeit mittels EDV-Systemen erstellt, so dass jeder Rechnung eine Datei zugrunde liegt. Warum also sollte diese Rechnung erst auf Papier gedruckt, dann zur Post gebracht und dann dem Rechnungsempfänger zugesendet werden, woraufhin dieser die Papierrechnung mit Hilfe der EDV (Belegerkennung, Scanning, Archivierung) weiterverarbeitet?

Der Gesetzgeber hat hierzu sehr komplizierte und fast nicht anwendbare Regelungen erlassen.

Kernpunkt dieser Anwendungen ist der **Vorsteuerabzug** gemäß § 15 Umsatzsteuergesetz. Der Rechnungsempfänger kann die auf der Rechnung ausgewiesene Umsatzsteuer als Vorsteuer nur dann vom Finanzamt rückerstattet bekommen (über Umsatzsteuer-Voranmeldungen oder Umsatzsteuer-Erklärungen), wenn die Leistung/Lieferung erbracht ist und die **Rechnung im Original** vorliegt. Nur das Begleichen des Rechnungsbetrages allein ist keine Voraussetzung für den Vorsteuerabzug. Das Einhalten der formellen Richtlinien (Rechnungsdatum, Rechnungsnummer, USt-ID-Nummer etc.) sind vorausgesetzt.

Alternativ zum Versenden der Original-Rechnung per Post kann eine Rechnung auch elektronisch als E-Mail verschickt werden. Dabei kann seit dem 1. Juli 2011, im Rahmen des Steuervereinfachungsgesetzes 2011, auf die aufwendige elektronische Signatur verzichtet werden.

Seitdem ist jedoch zwingend darauf zu achten, dass elektronisch empfangene Rechnungen auch **elektronisch aufbewahrt** werden müssen. Ebenso muss **auch die E-Mail**, mit der die elektronisch übermittelte Rechnung empfangen wurde, aufbewahrt werden.

Wichtig: Auch bei den elektronisch übermittelten Rechnungen gilt selbstverständlich die Aufbewahrungsfrist von zehn Jahren. Somit müssen die E-Mails inklusive angehängter Dateien – wie Papierrechnungen auch – zehn Jahre aufbewahrt werden.

Viele, insbesondere mittelständische, Unternehmen haben bislang noch nicht die für die Aufbewahrung elektronischer Rechnungen notwendigen Voraussetzungen bei Soft- und Hardware geschaffen. taa als professioneller Backoffice-Dienstleister hat hierfür eine spezielle Lösung entwickelt: das leistungsstarke Dokumentenmanagementsystem webinvoice.

Sollten Sie Unterstützung benötigen oder noch Fragen zu diesem Thema haben – sprechen Sie uns an!

PRAXIS-TIPP:

Möchten Sie keinen Dienstleister mit der Aufbewahrung von elektronischen Rechnungen beauftragen, fordern Sie weiterhin Papierrechnungen von Ihren Lieferanten. Nur so ist zukünftig ein Vorsteuerabzug gewährleistet!

Beachten Sie zudem, dass Papierausdrucke von elektronisch übermittelten Rechnungen (z. B. der Telekom) vom Vorsteuerabzug ausgeschlossen sind. Die Betriebsprüfer nehmen verstärkt diesen Bereich unter die Lupe.

Ein Beitrag der

taac
travel agency consulting

Seit dem 1. Juli 2011 sind folgende Rechnungsformen zulässig:

- E-Mails (ggf. mit PDF- oder Textanhang)
- im EDI-Verfahren
- über Computer-Fax
- über Fax-Server
- über Web-Download



Marco Feyh, Geschäftsführer der t.a.c. Steuerberatungsgesellschaft, StB, Mitglied im Steuerausschuss des DRV, steht Ihnen für Fragen auch zu diesen Themen gern zur Verfügung.

Telefon 06022 / 200 - 0
E-Mail mfeyh@con-tax.de

Die Telefonnummer mit dem Plus an Leistung – der Kundenservice der taa!

Sicherlich sind Ihnen die allgemeinen Leistungen unseres „HelpDesk-Teams“ bereits bekannt. Sie wissen, dass wir Ihnen gerne in jeder Situation weiterhelfen.

1 Jahresabschlussbuchungen

Ihr Steuerberater erstellt Ihren Jahresabschluss und die daraus resultierenden Abschlussbuchungen. Diese müssen ebenfalls im jeweiligen Buchhaltungssystem nachträglich verbucht werden. Nur so ist gegeben, dass die Daten der erstellten Bilanz mit den Werten im Buchhaltungssystem übereinstimmen. Dies ist vor allem wichtig bei Betriebsprüfungen durch das Finanzamt oder den Sozialversicherungen. Da Abschlussbuchungen unter Umständen Probleme bereiten können, bieten wir Ihnen an, diese Buchungen (z. B. Verbuchung von Abschreibungen, Umsatzsteuer oder Rückstellungen) für Sie zu übernehmen. Selbstverständlich stimmen wir das Jahresergebnis und die Saldenvorträge für Sie ab.

2 Vertretung bei Krankheit oder Urlaub

Sollte Ihr buchhalterischer Mitarbeiter krankheitsbedingt ausfallen oder Sie keine Urlaubsvertretung haben, springen wir ein und übernehmen die Buchhaltungstätigkeit. Somit sind trotzdem alle laufenden Buchungen im System und Sie können weiterhin auf den aktuellen Stand Ihrer Buchhaltung und Reportings zurückgreifen.

3 Unterstützung bei Abstimmarbeiten

Es gibt immer wieder Situationen von zeitlichen Engpässen betreffend der buchhalterischen allgemeinen Tätigkeit und der Bewältigung der Abstimmarbeiten. Wir sind für Sie da! Buchhaltungsabstimmung, insbesondere Leistungsträgerabstimmung wie BSP oder Bahn, können wir für Sie übernehmen.

Außer unserer täglichen Telefonhotline haben wir viele weitere Leistungen im Portfolio des Kundenservice, die wir Ihnen kurz vorstellen möchten:

4 Schulungen

Sie haben Fragen zur Verbuchungslogik von bestimmten steuerlichen Geschäftsvorfällen oder wünschen eine Schulung zur Auffrischung der Buchhaltungs- und Systemkenntnisse? Wir bieten individuelle Inhouse-Schulungen speziell auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten.

5 Systemumstellung

Sie starten neu auf einem unserer Systeme und möchten Anlaufschwierigkeiten minimieren? Gerne buchen wir für Sie Ihre Saldenvorträge manuell ein und unterstützen Sie in Migrationsfragen.

6 Buchhaltungsprüfung / Qualitätsprüfung

Haben Sie Unstimmigkeiten in Ihrer laufenden Buchhaltung entdeckt oder sind Sie bei schon getätigten Buchungsvorgängen der Richtigkeit unsicher? Wir können schnell und professionell Ihre Daten prüfen und den Qualitätsstand feststellen.

Alle Tätigkeiten bieten wir, je nach Umfang zu einem Stundensatz oder zu einem Festpreis an. Rufen Sie uns an, wir freuen uns Sie individuell zu beraten.

Sie erreichen das Team des Kundenservice der taa unter

Telefon: 06022 / 200 - 506

Fax: 06022 / 200 - 706

von Montags bis Freitags
von 09:00 bis 17:30 Uhr.

Oder schreiben Sie einfach eine E-Mail an helpdesk@taa.de

“ Nur wer sich ändert, bleibt sich treu. ”
(Wolf Biermann)

Relaunch des taa Newsletters

Sie werden es gleich bemerkt haben, liebe Leser: Mit dieser Ausgabe präsentieren wir Ihnen den taa Newsletter in einem neuen und frischen Outfit – von dem wir hoffen, dass es Sie anspricht!

Die Umstellung auf das neue Design erfolgte nicht zuletzt vor dem Hintergrund, dass wir von der taa unseren Außenauftritt derzeit überarbeiten. Beispielsweise läuft die Neugestaltung der taa Website auf Hochtouren. In diesem Zuge möchten wir auch unsere Firmenpersönlichkeit stärker betonen.

Das erste Ergebnis dieses Prozesses ist die neue Form des Newsletters. Elemente, wie das gut gegliederte Inhaltsverzeichnis, vereinfachen dabei das Navigieren innerhalb des Dokuments, während die zweispaltige Darstellung der Artikel die Lesbarkeit fördert.

Inhaltlich dürfen Sie sich dagegen fest darauf verlassen, dass Ihnen der Newsletter, wie gewohnt, informative und fundierte Fachberichte aus den Bereichen Touristik, Backoffice und Betriebswirtschaft präsentiert.



Neues Layout, neuer Name:

Nachdem unser Newsletter jetzt ein neues Aussehen erhalten hat, suchen wir für ihn nach einem neuen, aussagekräftigen Namen. Helfen Sie uns dabei und schlagen Sie einen Namen vor! Natürlich dürfen Sie die Gelegenheit auch dazu nutzen, uns mitzuteilen, was Ihnen besonders oder weniger gut am taa Newsletter gefällt und ob Sie weitere Veränderungsvorschläge haben.

Senden Sie diese bitte per E-Mail an Frau Carolin Mader:
carolin.mader@taa.de.

Wir freuen uns über Ihre kreativen Ideen und Ihr Feedback!

Hokuspokus Fidibus – und schon ist ein taa Newsletter gezaubert!

So einfach geht es dann doch nicht, denn viele fleißige Hände sind mit der „Mission Newsletter“ beschäftigt. Von der ersten Ideensammlung im Redaktionsmeeting über langwierige Rechercharbeiten, Datenbe-

schaffungen und Texterstellung bis hin zum Layout und der kompletten Einpflege auf unserer Homepage werden nicht wenige, aber durchaus spannende Arbeitsstunden investiert.

In dieser Ausgabe unseres „neuen“ Newsletters möchten wir Ihnen alle mitwirkenden Redakteure, Mitarbeiter und Ideengeber vorstellen:



Günther Brehm
Redaktion



Silke Stollberg
Redaktion



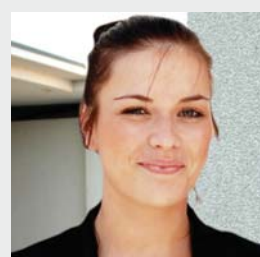
Adrian Brehm
Redaktion



Christina Arbini
Redaktion



Carolin Mader
Redaktion



Carina Schwabe
Redaktion

Und natürlich möchten wir uns auch bei Ihnen, unseren Lesern, aufs Herzlichste bedanken!

Die letzten beiden Newsletter No.40 und No.41 wurden seit Ende September 2011 bis heute über **4.500 mal** von unserer Homepage abgerufen. Vielen Dank dafür!



Claasen Communication, Alsbach
Textkorrekturen und Ideengeber



„Die Schittigs“, Aschaffenburg
Graphik und Layout

Ein großes Dankeschön geht zudem an Marco Feyh von der t.a.c. und an das Team des Kundenservice für die regelmäßigen interessanten Beiträge. Ebenfalls danken wir

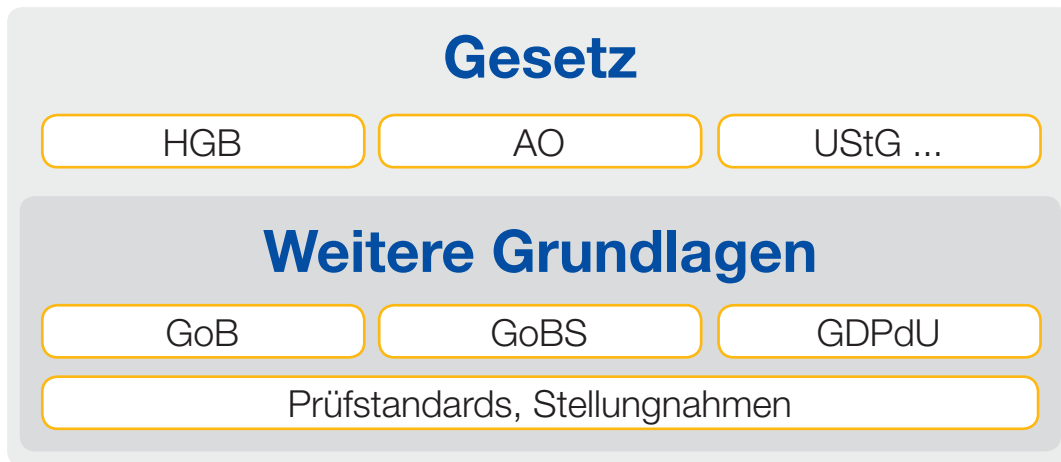
allen Mitarbeitern und Kunden, die mit ihren News und Informationen uns immer wieder hilfreich zur Seite stehen.

Betriebswirtschaftlicher Begriff: Revisionsicherheit

Allgemein bedeutet Revision übersetzt „Rückschau“ oder „Überprüfung“. Der Begriff stammt aus dem Lateinischen und setzt sich aus der Vorsilbe re („wieder, zurück“) und dem Verb videre („ansehen“) zusammen. Der Begriff der Revisionsicherheit beschreibt die (revisions sichere) Archivierung mit Hilfe elektronischer Archivsysteme.

Elektronische Archivierung steht für die unveränderbare, langzeitige Aufbewahrung elektronischer Informationen, für die in der

Regel spezielle Archivsysteme eingesetzt werden. Ein revisions sicheres elektronisches Archiv muss zahlreiche Anforderungen technisch und funktional vollständig abbilden. Im einzelnen handelt es sich um die Anforderungen des Handelsgesetzbuches (HGB), des Umsatzsteuergesetzes (UStG), der Abgabenordnung (AO), der Grundsätze ordnungsmäßiger DV-gestützter Buchführungssysteme (GoBS) sowie der Grundsätze zum Datenzugriff und zur Prüfbarkeit digitaler Unterlagen (GDPdU).



Das HGB und die AO geben also die Grundlagen für die Speicherung vor – unabhängig davon, ob dies in Papierarchiven oder elektronischen Systemen geschieht. **Hierzu gehören:**

- Ordnungsmäßigkeit
- Vollständigkeit
- Sichern des Gesamtverfahrens

- Schutz vor Veränderung und Verfälschung
- Sicherung vor Verlust
- Nutzung durch Berechtigte
- Einhaltung der Aufbewahrungsfristen
- Dokumentation des Verfahrens
- Nachvollziehbarkeit
- Prüfbarkeit
- Verfügbarkeit

Diese Kriterien sind fachlich definiert und bedürfen der entsprechenden Interpretation, wenn es um die Umsetzung in technischen Systemen geht.

Impressum

taa newsletter

Nachrichten für Geschäftsführer und Buchhalter
ISSN 1610-4013

Herausgeber

taa travel agency accounting GmbH
Lützelalter Straße 5c
63868 Großwallstadt
Internet: www.taa.de
Telefon: +49 (0) 6022 / 200 - 4
Fax: +49 (0) 6022 / 200 - 700

Redaktion

Günther Brehm (verantwortlich)
Telefon: +49 (0) 6022 / 200 - 501

Silke Stollberg
Telefon: +49 (0) 6022 / 200 - 569
E-Mail: silke.stollberg@taa.de

Layout

Die Schittigs
Webdesign und Werbung
Telefon: +49 (0) 6021 / 4511208
E-Mail: mail@dieschittigs.de
Internet: www.dieschittigs.de