Sonderausgabe zum 15jährigen Geburtstag der taa

taa

travel agency accounting

Newsletter No.44

Nachrichten aus Touristik, Backoffice
und Betriebswirtschaft vom 14. September 2012

Alle Artikel auch im Internet unter
www.taa.de

Sonderausgabe zum 15jährigen Geburtstag der taa

taa
travel agency accounting

Newsletter No.44

Nachrichten aus Touristik, Backoffice und Betriebswirtschaft vom 14. September 2012

In diesem Newsletter:

Editorial 3

Reisebranche

High Season - die Umsatzzahlen bis August 2012 4

Zahlen im Zeitraffer – Basis für eine gewaltige Veränderung der Branche 5

Die Meinung aus der Praxis

Interview mit Klaus Henschel 9

Interview mit Ilona Paschke-Yuvanc 10

Interview mit Otto Schweisgut 11

Travel Management

FAQ aus dem Bereich Travel Management und Reisekostenrecht 12

Steuer & Recht

Dienstwagen – was müssen Sie beachten? 13

Wissenswertes

Zauberwort Kundenzufriedenheit 17

benefitcircle.de: Zentraler Einkauf speziell für Reisebüros und Veranstalter 18

FAQs aus dem Bereich Dokumentenmanagement/webinvoice by taa 19

Betriebswirtschaftlicher Begriff

Betriebswirtschaftlicher Begriff: Share Deal 21

Impressum 21

taa Insight Spezial - 15 Jahre taa

15 Jahre taa und das sonstige Weltgeschehen 22

Das sind wir - Wir sind die taa! 25

Die kleine taa-Mannschaft: Unser Nachwuchs 27

„15 Jahre taa nehmen wir zum Anlass für einen differenzierten Rückblick.“

Günther Brehm
Geschäftsführer taa

Editorial

Mit etwas Stolz präsentieren wir Ihnen die neue (Sonder-)Ausgabe unseres taa-Newsletters, der unter anderem unser 15-jähriges Firmenjubiläum widerspiegelt. Seit anderthalb Jahrzehnten verfolgen und begleiten wir mit Ihnen und für Sie alle wesentlichen Entwicklungen in der Reisebranche. Und dank Ihres Vertrauens und Ihrer Wertschätzung konnten wir die zurückliegenden 15 Jahre sehr erfolgreich gestalten. Heute betreuen wir mit unseren über 160 Mitarbeitern rund 500 Unternehmen mit etwa 1.000 Reisebüros – und damit gut zehn Prozent des gesamten touristischen Marktes in Deutschland. Dies möchten wir gerne gemeinsam mit Ihnen fortführen.

15 Jahre taa nehmen wir zudem zum Anlass für einen differenzierten Rückblick. Denn gerade der Fortschritt der digitalen Medien hat kaum eine Branche so stark verändert wie die Touristik und den Geschäftsreiseverkehr. Neue Vertriebsformen konnten sich blitzartig etablieren, und Internetportale liefern schnell exakte Leistungs- und Preisvergleiche und obendrein auch noch Bewertungen von Usern. Die Anforderungen an das „typische“ Reisebüro haben sich durch unterschiedliche Betriebsprozesse und erhöhte Qualitätsansprüche der Kunden in den vergangenen Jahren enorm vergrößert. So zeichnet sich gerade in der Touristik das Reisebüro gegenüber seiner Online-Konkurrenz durch fachkundige Beratung, Servicequalität und die persönliche Beziehung zum Kunden aus. Mehr noch als der Mitarbeiter im Firmendienst ist der Touristikexpedient gefordert, sich als starke Bezugsperson für den Kunden zu profilieren, auf ihn einzugehen und seine Wünsche zu erkennen.

Ebenso essentiell ist für die taa als Backoffice-Dienstleister die Qualität der Leistungen. Buchhalter und Backoffice-Mitarbeiter entwickeln sich zu prozessorientierten Spezialisten, die mit unterschiedlichen EDV-Systemen vertraut sind. Denn einen qualifizierten und erfolgreichen Geschäftsführer zeichnet aus, dass er bei strategischen Entscheidungen aussagekräftige Reports, die er vom Backoffice erhält, zu nutzen weiß.

Abschließend möchten wir uns für Ihr reges Interesse an unserem Newsletter bedanken. Ihr Feedback und Ihre Kommentare sind für uns immer wieder die erfrischende Motivation, auf diesem Wege Erkenntnisse und Informationen mit Ihnen zu teilen.

Das gesamte taa-Team wünscht Ihnen viel Freude beim Lesen dieses Newsletters, der dieses Mal einige ganz besonders interessante Themen für Sie bereithält.

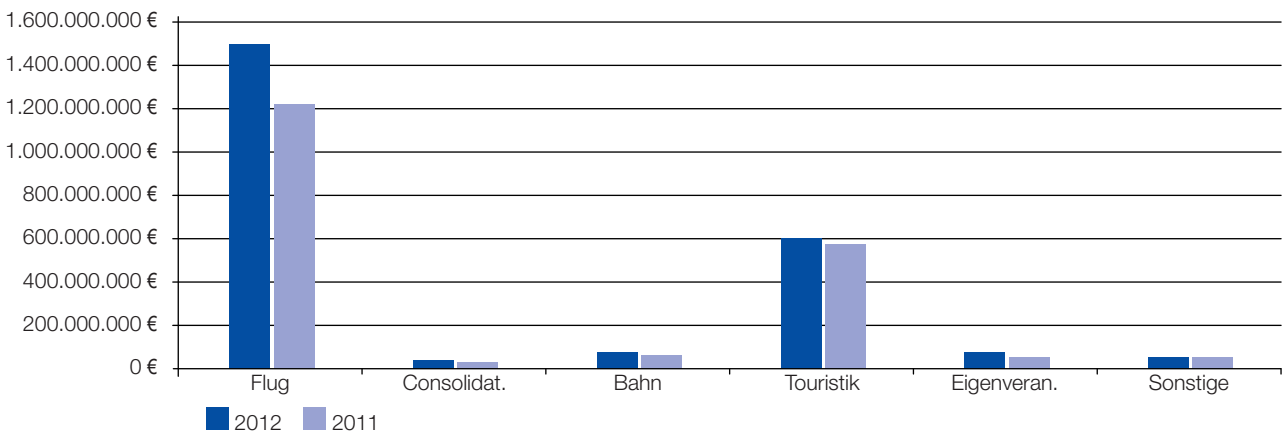
Ihr Günther Brehm

High Season - die Umsatzzahlen bis August 2012

Trotz der geringen Abschwächung des Wachstumstempos, sprechen die abgereisten Umsatzzahlen der von uns betreuten Unternehmen, immer noch für ein sehr erfolgreiches Jahr 2012 in allen wichtigen Sparten. Man kann nur hoffen, dass sich dieser Trend im letzten Jahresdrittel fortsetzt.

		Flug	Consolidat.	Bahn	Touristik	Eigenveran.	Sonstige	Summe
Januar	2012	194.702.479	2.460.765	5.981.541	50.749.590	7.009.632	4.904.730	265.808.737
	2011	157.567.794	2.339.257	5.620.731	47.582.447	4.652.174	4.932.233	222.694.636
		24%	5%	6%	7%	51%	-1%	19%
Februar	2012	184.014.093	2.541.709	6.220.288	55.905.382	5.423.456	4.760.392	258.865.320
	2011	154.743.620	2.340.580	5.436.997	47.298.872	3.629.268	4.448.022	217.897.359
		19%	9%	14%	18%	49%	7%	19%
März	2012	201.956.065	3.114.935	7.103.753	70.736.572	7.890.565	5.105.794	295.907.684
	2011	169.162.030	2.413.240	6.360.650	64.586.475	5.946.069	5.066.289	253.534.753
		19%	29%	12%	10%	33%	1%	17%
April	2012	170.678.745	2.278.077	6.157.386	71.524.535	6.642.646	4.248.756	261.530.145
	2011	143.077.297	1.832.627	5.567.871	73.092.388	7.158.490	4.092.167	234.820.840
		19%	24%	11%	-2%	-7%	4%	11%
Mai	2012	182.954.566	2.854.610	6.385.933	101.999.394	10.059.836	4.756.987	309.011.326
	2011	161.925.439	2.293.241	6.808.635	89.401.943	8.085.092	4.961.952	273.476.302
		13%	24%	-6%	14%	24%	-4%	13%
Juni	2012	182.300.308	3.414.482	6.500.003	106.861.304	8.610.686	5.119.866	312.806.649
	2011	160.440.734	2.286.325	5.593.741	108.314.651	10.195.286	4.729.227	291.559.964
		14%	49%	16%	-1%	-16%	8%	7%
Juli	2012	180.034.418	3.257.731	5.716.670	136.543.784	11.136.233	5.196.712	341.885.548
	2011	163.202.952	2.861.961	5.396.030	125.461.301	7.407.786	5.309.464	309.639.494
		10%	14%	6%	9%	50%	-2%	10%
August	2012	178.358.024	2.844.496	6.252.617	139.861.613	8.765.053	4.924.914	341.006.717
	2011	165.528.548	2.102.183	5.805.520	133.287.450	6.932.199	5.406.302	319.062.202
		8%	35%	8%	5%	26%	-9%	7%
Gesamt	**2012**	1.474.998.698	22.766.805	50.318.191	734.182.174	65.538.107	39.018.151	**2.386.822.126**
	2011	1.275.648.414	18.469.414	46.590.175	689.025.527	54.006.364	38.945.656	**2.122.685.550**
		16%	23%	8%	7%	21%	0%	**12%**

(Datenbasis: 673 ausgewertete Unternehmen)



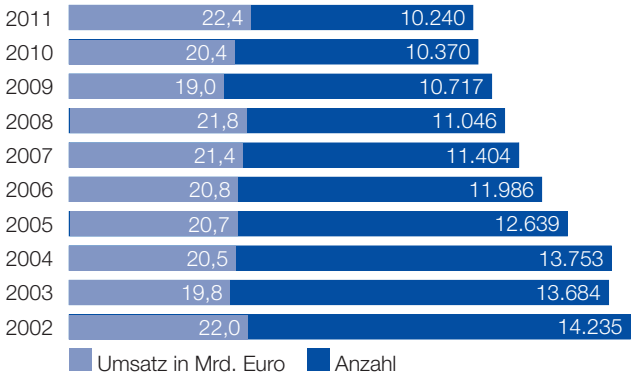
Zahlen im Zeitraffer – Basis für eine gewaltige Veränderung der Branche

Beobachtet man das Datenmaterial der Branche aus Presse und Dienstleistung, stellt man zunächst zwar eine kontinuierliche Entwicklung fest, aber insgesamt gesehen ist es eindeutig – es gibt einen gewaltigen Strukturwandel. Dies erläutern wir an einigen wesentlichen Punkten:

1 Anzahl und Flächenentwicklung der Reisebüros

In 10 Jahren ist die Anzahl der Reisebüros von ca. 14.000 auf ca. 10.000 zurück gegangen, der Umsatz jedoch stagniert auf gleicher Ebene. Im Jahr 2002 setzten die stationären Reisebüros 22,0 MRD € um, im Jahr 2011 waren es 22,4 MRD €. Daraus kann man nicht schließen, dass die Durchschnittsumsätze pro Büro gleicher Maßen gestiegen sind, da die Reisebürowelt in zwei Sektoren auseinander fällt. Nämlich in den Business- und in den Leisurebereich. Ein Trend lässt sich jedoch ableiten. Die Mehrumsätze schlagen sich in den Portalen nieder, dabei sind Reisebüros im Businessbereich erfolgreicher und verzeichnen realistische Umsatzsteigerungen. Businesseinheiten wachsen, ein durchschnittliches Geschäftsreisebüro hat heute einen Umsatz von ca. 10 MIO €, die Touristikbetriebe bewegen sich geschätzt zwischen 2 und 3 MIO € pro Reisebüro.

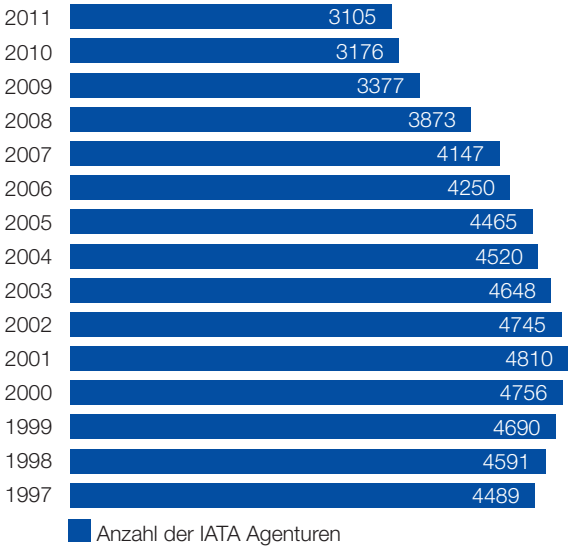
Anzahl und Umsatz der Reisebüros von 2002 bis 2011



Quelle: DRV

2 Sinkende Anzahl der IATA-Agenturen – Hinweis auf Veränderung der Liquidität

Eklatant ist der Rückgang der IATA-Agenturanzahl von 4.489 im Jahr 1997 auf 3.105 im Jahr 2011. Diese Entwicklung hängt entscheidend an 2 Fakten. Zum einen verfügen kleine Reisebüros nicht mehr über die Finanzkraft um sich eine IATA-Agentur mit all den Verpflichtungen zu leisten, zum anderen werden die IATA-Geschäfte im Businessbereich auf immer weniger Unternehmen konzentriert. Hinzu kommt, dass das Ticketgeschäft für mittlere Reisebüros im Passantenverkehr quasi passé ist. Die stärkste Abwanderung zum Internet findet von Privatkunden statt. Letztendlich wurde diese mit iniziiert durch die Entwicklung des LowCost-Geschäftes. Wer verkauft das billigste Ticket?



Quelle DRV

Neben den Portalen profitieren auch die Consolidatoren, da die früheren IATA-Agenturen die Tickets jetzt im Großhandel kaufen. Ein angenehmer Prozess – alle Arbeiten rund um das Ticketing verschwinden.

3 Der Umsatz - eine überholte Betrachtung aus betriebswirtschaftlicher Sicht

Wenn man die Statistiken des DRV und des VIR vergleicht und subsumiert, ist auf den ersten Blick feststellbar, dass der Gesamtumsatz der Branche zugunsten des Onlinegeschäftes steigt. Lt. VIR betrug 2006 der Umsatz des Onlinegeschäfts 12,86 MRD € und 2011 rund 24,6 MRD € – quasi eine Verdoppelung. Die stationären Reisebüros haben an der Umsatzsteigerung der letzten 10 Jahre nur in sofern profitiert, dass mit einer verminderten Reisebürozahl der gleiche Umsatz erzielt wird. Es hat lediglich eine Umsatzumverteilung statt gefunden. Das Mehrgeschäft ist in die Portale geflossen. Warum ist der Aspekt Umsatzentwicklung veraltet? Mehr denn je leben mittelständische Unternehmer von selbst kalkulierten Service-Entgelten, die sie in den meisten Fällen umsatzunabhängig kalkulieren müssen. So kalkuliert ein Reisebüroinhaber für ein innerdeutsches Ticket nahezu das gleiche Service-Entgelt als für ein europäisches Ticket. Das heißt: Nicht der Kunde mit dem höchsten Umsatz, sondern der Kunde mit den meisten Tickets ist der wertvollere Partner.

4 Wirtschaftlichkeit – Kennziffer für die Ertragskraft eines Reisebüros

taa beobachtet von Anfang an die Ertragskraft der Reisebüros mit der einfachen Kennziffer Erlöse/Kosten, die sich im Lauf der Jahre nicht wesentlich verändert hat und nur in Krisenzeiten (2001 und 2002) absinkt, da Unternehmer im Kostenbereich nicht spontan und flexibel reagieren können. Zusätzlich ist zu erkennen, dass bei steigenden Umsätzen die Erlöse stagnieren. Im Ergebnis verbessert sich die Unternehmenssituation nicht mehr. Lediglich Spezialisten, denen es gelingt höhere Verkaufspreise durchzusetzen und beispielsweise Portale, die durch Massengeschäft und Prozessvereinfachung höhere Erträge erzielen, gewinnen. Das gilt für das Business und das Leisure Geschäft gleichermaßen.

Sehen Sie sich die Vergleichszahlen eines durchschnittlichen Mischbetriebes an:

	2002	2011	Veränderung
Umsatz	8.308.666	10.408.701	25,28%
Erlös	910.471	991.033	8,85%
Kosten	906.047	891.934	-1,56%
Wirtschaftlichkeit	1,00	1,11	

Datenbasis: 50 Mischbüros - taa Benchmark

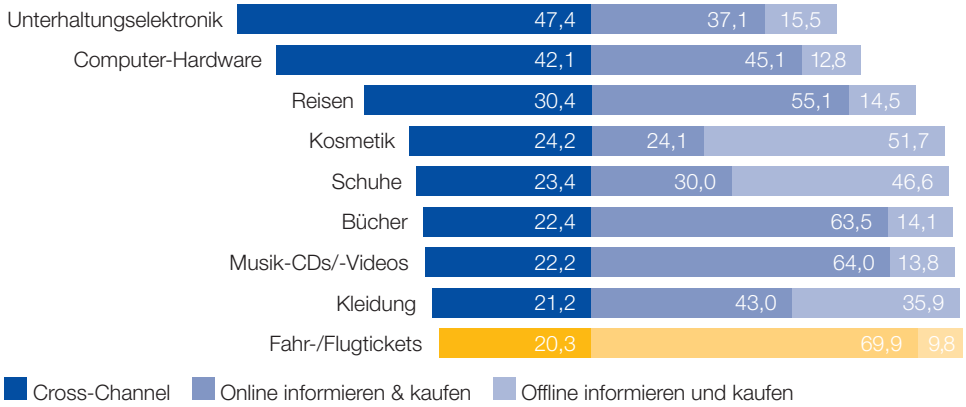
5 Wie gehen Leistungsträger und Veranstalter mit dem Vertrieb um?

Kontrolliert und beobachtet man die Provisionen im Vergleich zu den Reisebüroumsätzen ist zu erkennen, dass die Durchschnittsprovisionen immer weiter absinken. Verschiedene Reiseteile werden von Veranstaltern nicht mehr verprovisioniert, durch das Direktinkassogeschäft entsteht Liquiditätsentzug für die Reisebüros. Viele Reiseveranstalter nutzen die Reisebüros als Beratungsexperten bei Billigreisen aus, sie gründen alternative Unternehmen. Die Reisebüros müssen die Vertriebsprobleme ausbaden und haben zusätzliche Aufwände. Reisebüros werden zum HelpDesk der Veranstalter und Leistungsträger.

6 Portalvertrieb – wo geht die Reise hin?

Experten sprechen von einem Sättigungsgrad des Internetgeschäftes bei ca. 60%. Lt. VIR liegt der Anteil 2011 bei 49,5%, d.h. das Onlinegeschäft wird sicher nicht endlos wachsen. Es gibt Anzeichen dafür, dass Reisebüros als Beratungsspezialisten immer erfolgreicher werden. Allerdings unterscheidet sich dieser Mischwert massiv, wenn man in einzelne Geschäftssparten oder Bevölkerungsschichten geht. Es gibt keine Anzeichen, dass im Business-geschäft Reisebüros aufgrund ihres hervorragenden Services Anteile abgeben und es gibt auch klare Hinweise, dass sich Privatkunden beispielsweise im Pauschaltourismus zu über 90% zum Reisebüro bekennen. Heraus brechende Segmente sind spezielle Bausteinservices und einfache Reservierungen von Flug und Hotelleistungen.

Cross-Channel Vertrieb in Zahlen

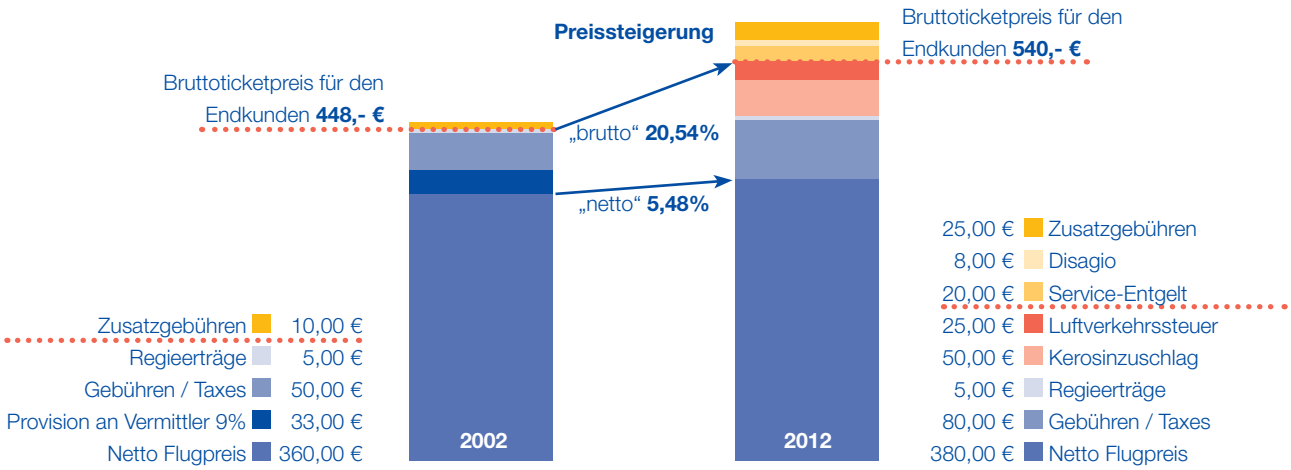


Quelle: Fittkau & Maaß Consulting GmbH; http://www.w3b.org

7 Der Flugpreis und was davon übrig bleibt

Die Flugpreissteigerungen der letzten Jahre sind einhergegangen mit einer immer stärkeren Transparenz, die dem Kunden zeigen sollte, warum sich der Flugpreis erhöht. Während im Jahr 1997 lediglich einige Zusatzgebühren neben der Mehrwertsteuer genannt wurden, haben wir es im Jahr 2012 mit derzeit ca. 10 Zusatzpreisinformationen zu tun, die zum einen den Ticketkäufer verwirren und es zum anderen dem Reisebüroinhaber immer schwerer machen, sein Service-Entgelt zu erklären. Letztendlich versucht der Verbraucher durch Verhandlungen im Bereich Service-Entgelt den Ticketpreis wieder zu senken. Neu ist, dass letztendlich alle Kosten um den Zahlungsverkehr herum dem Kunden angelastet werden. Weigert sich der Kunde diese Gebühren zu bezahlen, übernehmen die Reisebüros das auch noch innerhalb ihres Service-Entgeltes. So beträgt beispielsweise das Disagio mit 2% bei einem Flugpreis von 500 € ganze 10 € und stellt damit eine spürbare Verteuerung dar.

Durchschnittswerte Flugticket Kontinental



Quelle: taa Benchmark

8 Ancillary Services der Airlines – Geschäft am Reisebüro vorbei?

Reisebürounternehmen protestieren heftig über die Entwicklung der Airlines, früher im Preis enthaltene Leistungen plötzlich zusätzlich zu kassieren. So werden z.B. Übergepäckgrenzen gesenkt, Plätze mit besonderer Beinfreiheit werden reservierbar gemacht, Mahlzeiten sind zu zahlen.

Weil eine angemesse Erhöhung der Flugpreise nicht durchsetzbar ist, gibt es eine immer größere Palette an Zusatzleistungen. Da diese Leistungen der Airlines nicht über GDS gebucht werden können, geht dieses Geschäft leider an den Reisebüros vorbei. Dem Reisebüropartner entsteht ein weiterer Qualitätsverlust.

Leistungsträger werden zu Fullservice-Partnern und steigen in den klassischen Wettbewerb zu den stationären Reisebüros ein, anstatt partnerschaftlich mit den Vertriebspartnern umzugehen. Das ist das Schreckensszenario der Reisebürobranche. Die Vergangenheit hat aber bewiesen, dass Leistungsträger im Vertrieb bei weitem nicht über die erforderliche Kompetenz und Erfahrung im Umgang mit dem Endkunden verfügen.

9 Service-Entgelt – Wettstreit zwischen Airlines und Reisebüros

Am stärksten drückt die Entwicklung der Service-Entgelte das Dilemma des Reisebürogeschäftes im Flugticketverkauf aus:

- Reisebüros stehen im Wettstreit, insbesondere im Geschäftsreiseverkehr
- Firmen verhandeln ständig über die Honorierung der Flugpreise
- In den Firmenreisebüros werden die Prozesse sehr stark optimiert, Firmen nehmen den Reisebüros einen Teil ihrer Arbeit ab und buchen Flüge selbst
- Airlines wiederum konkurrenzieren sich untereinander und verzichten zum Nachteil der Reisebüros auf das Service-Entgelt – praktisch fallen sie ihren Reisebüropartnern in den Rücken

Was kann man daraus lernen? Die Kalkulation des Service-Entgelts muss einen Ertrag enthalten und darf nicht unter den Selbstkosten liegen. Das Reisebüro ist dazu verurteilt seine Prozesse immer stärker zu optimieren. Reisbüros müssen Firmen als Business-Travelpartner umfassend beraten, das Ticketing ist nur ein Teil der Leistung. Den Reisebüros muss es gelingen, mit den Airlines Partnerschaften zu schließen. Es darf nicht der Anschein entstehen, dass Tickets bei einer Fluggesellschaft günstiger sind als im Reisebüro – ganz abgesehen vom Portalverkauf.

Entwicklung pro Flugticket

	2004	2012*
Ø-Umsatz je Ticket	**567,68**	**561,89**
Provision	25,96	2,01
Superprovision	5,68	1,64
GDS Boni	1,07	0,56
Serviceentgelt	11,91	24,63
Regieertrag	8,28	4,67
Erlöse Flug pro Tix	**52,90**	**33,50**

*Daten bis 06/2012, Quelle: taa Benchmark

Was wird die Zukunft der Reisebranche noch bringen?

Nach allen Beobachtungen und Bewertungen wird sich die Reisebranche weiter zu einer der Schlüsselindustrien der deutschen Wirtschaft entwickeln. Der Bedarf bleibt hoch, dies gilt für den privaten Bereich genauso wie für den Geschäftsreiseverkehr. Allerdings werden sich die Vertriebswege erheblich ändern, wie schon die hinter uns liegenden Jahren zeigen. Wir erkennen jedoch: Eine Revolution findet nicht statt, eher eine deutlich sichtbare Evolution. Für unseren Wirtschaftszweig heißt das: Es gibt genügend Anzeichen und Parameter, an denen die Branchenteilnehmer die Veränderungen erkennen können. Und wer in jeder Hinsicht gut im Geschäft ist, der weiß auch wie der Hase in Zukunft läuft.

Interview mit Klaus Henschel

Klaus Henschel

taa: *Sehen Sie eine Gefahr in der Vertriebsentwicklung der Airlines, die gewisse Geschäfte (Ancillary Services) an den Reisebüros vorbei abwickeln?*

Klaus Henschel: Im Grunde nicht. Das Reisebüro muss jedoch darauf achten, dass es auch in der Zukunft alle Bausteine einer Reise anbieten kann, sonst verliert es den Anspruch auf Beratungsqualität. Und auch die Airlines werden darauf achten müssen, dass die Reisebüros als wichtige Vertriebspartner genau die Produkte anbieten können, die der Kunde verlangt.

taa: *Können zukünftig die momentanen Service-Entgelte gehalten werden, welche Konsequenzen hätte ein weiterer Preisdruck auf diese Entgelte?*

Klaus Henschel: Die Einführung der Service-Entgelte vor einigen Jahren war die einzig richtige Entscheidung. Die Reisebüros müssen alles daransetzen, diese in ihrem Umfang zu halten und die Kunden über ihre damit verbundenen Dienstleistungen immer wieder aufzuklären. Die Service-Entgelte sind heute für die Rentabilität eines Reisebüros eminent wichtig. Abgekoppelt von den Entwicklungen in der Airline-Branche, geben sie dem Reisebüro deutlich mehr Gestaltungsräume für ihr ureigenes Geschäft.

taa: *Wird sich die Reisebürowelt weiter in Business und Touristik aufspalten? Welches klassische Geschäft bleibt für die Reisebüros übrig – welchem Geschäft widmen sich die Firmendienste?*

Klaus Henschel: Ich denke, es wird eine weitere Polarisierung und Spezialisierung geben. So verhält es sich in der ganzen Wirtschaft, und diese Entwicklung macht auch nicht vor unserer Branche halt. Im touristischen Geschäft müssen sich die Reisebüros weiter spezialisieren und als Lotse den Kunden durch ein Überangebot an Reiseleistungen navigieren. Hier ist vor allem der persönliche Empfehlungscharakter gefragt. Dies gibt dem Kunden vor allem bei hochwertigen Kaufentscheidungen Sicherheit und Bestätigung. Ähnlich verhält es sich auch im Corporate Geschäft. Durch die derzeitige Entwicklung in der Airline-Branche und die zunehmende Abkehr vom klassischen GDS muss es zukünftig verstärkt Reisedienstleister geben, die dem Kunden Transparenz ermöglichen. Diesen Service werden die Kunden in Zukunft verstärkt nachfragen, so dass ich mir um die Existenzberechtigung von Reisebüros keine Gedanken mache.

taa: *Wenn Sie entscheiden dürften.... Wie sieht die Tourismusbranche in 15 Jahren aus?*

Klaus Henschel: Natürlich wäre ich froh, wenn ich eine Kristallkugel hätte… Nach Beurteilung der heutigen Lage wird das Reisebüro seine Vertriebsposition im Markt behalten, allerdings unter anderen Vorzeichen und mit einer weit stärkeren Online-Einbindung. Gefragt ist das hochprofessionelle Management der komplexen Online-Reisewelt unter Einbindung kenntnisreicher, hochspezialisierter Fachkräfte im Reisevertrieb. Wer dies hinbekommt, dem gehört die Zukunft. Zusätzlich entscheidend ist auch der Technikeinsatz. Ein gutes Zusammenspiel zwischen hochprofessioneller Beratungskompetenz und ausgefeilten technischen Tools wird immer wichtiger werden.

Klaus Henschel, DRV-Vorstand
Geschäftsführer Lufthansa City Center Reisebüropartner GmbH

Interview mit Ilona Paschke-Yuvanc

Ilona Paschke-Yuvanc

taa: *Sehen Sie eine Gefahr in der Vertriebsentwicklung der Airlines, die gewisse Geschäfte (Ancillary Services) an den Reisebüros vorbei abwickeln?*

Ilona Paschke-Yuvanc: Neben dem Verkauf von Tarifen ohne Service-Entgelt, der Einführung von günstigeren Onlinetarifen, der Verlagerung der Bearbeitung von Scedule-Changes, Umschreibungen etc. an die Reisebüros ist dies der konsequente nächste Schritt der Airlines. Als Reisebüro hat man den Mehraufwand, die Kunden ausführlich zu beraten, welche Leistungen bezüglich Gepäck, Sitzplatzreservierungen usw. in welchem Tarif noch enthalten sind.

taa: *Können zukünftig die momentanen Service-Entgelte gehalten werden, welche Konsequenzen hätte ein weiterer Preisdruck auf diese Entgelte?*

Ilona Paschke-Yuvanc: Es wird einen weiteren Preisdruck durch Senkung der Service-Entgelte im Onlinevertrieb geben. Dazu gibt es mehr und mehr auch Ausschreibungen von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU´s), die am Ende nur der Senkung der Service-Entgelte dienen. Hier muss man als Reisebüro genau entscheiden, wo man sich ggf. nur Arbeit einkauft und seine Prozesse im Blick haben.

taa: *Wird sich die Reisebürowelt weiter in Business und Touristik aufspalten? Welches klassische Geschäft bleibt für die Reisebüros übrig – welchem Geschäft widmen sich die Firmendienste?*

Ilona Paschke-Yuvanc: Große Firmendienste spezialisieren sich zum einen auf das hochtechnisierte Volumengeschäft, gehen vermehrt aber auch an die KMU´s. Touristikbüros konzentrieren sich nur noch auf eher kleine KMU´s mit intensiven Kundenbeziehungen. Dazu auf Teile des billigen Massengeschäftes, welches noch nicht ins Onlinegeschäft abgewandert sind, aber natürlich auch auf hochwertige Bausteinprodukte. Kernpunkt bleibt hier das Personal: Gut ausgebildeten, geförderten und motivierten Mitarbeitern gelingt es auch weiterhin, durch intensive Kundenbeziehungen und sowohl Zielgebiets- als auch technischem Know-how eine persönliche Beratung und Betreuung den Kunden einen Mehrwert zu bieten.

taa: *Wenn Sie entscheiden dürften.... Wie sieht die Tourismusbranche in 15 Jahren aus?*

Ilona Paschke-Yuvanc: Es wird weiterhin große Onlineportale, hochtechnisierte Firmendienste und Reisebüros mit spezialisierten Reiseberatern geben, die persönlich und mit viel Empathie Reisewünsche und -erlebnisse realisieren werden .

Ilona Paschke-Yuvanc
Lufthansa City Center Titanic Südstern Berlin, Geschäftsführerin

Interview mit Otto Schweisgut

Otto Schweisgut

taa: *Sehen Sie eine Gefahr in der Vertriebsentwicklung der Airlines, die gewisse Geschäfte (Ancillary Services) an den Reisebüros vorbei abwickeln?*

Otto Schweisgut: Airlines unterscheiden sich auch in ihrer Vertriebspolitik. Einige versuchen die Kunden gezielt in ihre (Online)Kanäle zu steuern und nutzen dazu auch die Ancillary Services, also Leistungen, die sie nur über ihre Homepage verfügbar machen. Der DRV fordert daher, dass alle Ancillary Services auch über die Reisebürosysteme im GDS buchbar sind.

taa: *Können zukünftig die momentanen Service-Entgelte gehalten werden, welche Konsequenzen hätte ein weiterer Preisdruck auf diese Entgelte?*

Otto Schweisgut: Die Service-Entgelte haben sich auf dem deutschen Markt in den letzten Jahren konstant nach unten bewegt, auf ein weltweit extrem niedriges Niveau. Diese Entwicklung ist gerade durch das Streichen der Service-Entgelte im Online-Eigenvertrieb einiger Airlines auch in diesem Jahr weiter problematisch. Kostendeckende Service-Entgelte sind aber eine Voraussetzung dafür, das unsere Kunden auch zukünftig die umfangreichen und gerade in schwierigen Situationen, wie wir sie mit dem derzeitigen Streik gerade wieder erleben, oft unverzichtbaren Leistungen eines professionellen Reisebüros nutzen können.

taa: *Wird sich die Reisebürowelt weiter in Business und Touristik aufspalten? Welches klassische Geschäft bleibt für die Reisebüros übrig – welchem Geschäft widmen sich die Firmendienste?*

Otto Schweisgut: Firmendienste und Touristik bedienen sehr unterschiedlicher Märkte und Kundenbedürfnisse. Ich erwarte eine weitere Spezialisierung. Damit wird sicher gestellt, dass dem Kunden auch zukünftig Dienstleistungen nach Maß und auf dem von ihm geforderten hohen Niveau angeboten werden.

taa: *Wenn Sie entscheiden dürften.... Wie sieht die Tourismusbranche in 15 Jahren aus?*

Otto Schweisgut: Ich sehe nicht, dass sich die Entwicklung unserer Branche bisher an langfristige Prognosen gehalten hätte und erwarte das auch nicht für die Zukunft. Sie wird sich schon gar nicht an meinen Wünschen orientieren. Sicher erscheint mir aber, dass die Herausforderungen nicht kleiner werden und uns auch zukünftig hohe Innovationskraft, Anpassungsfähigkeit und viel mehr Durchsetzungskraft für unsere eigenen Interessen abfordern werden. Neue Technologien werden viele Änderungen und vermutlich auch neue Global Player bringen. Letztlich wird die Qualität unseres Services und der Mehrwert für unsere Kunden unsere Zukunft bestimmen.

Otto Schweisgut, DRV-Vorstand,
Geschäftsführer Isaria Verkehrsg. Beteiligungs GmbH, Lufthansa City Center

FAQ aus dem Bereich Travel Management und Reisekostenrecht

Welche Punkte muss ich beim Einreichen einer Reisekostenabrechnung beachten?

Damit Sie die Rückerstattung Ihrer Reiseauslagen zeitnah erhalten und keine Steuern verschenken, sollten Sie unnötige Rückfragen durch die Abrechnungsstelle nach Möglichkeit vermeiden. Nachfolgend haben wir für Sie eine Checkliste mit den wichtigsten Punkten zusammengestellt:

Antragsformular:

- Sind die Reisezeiten vollständig?
  > Datum und Uhrzeit für Reisebeginn und Reiseende müssen angegeben werden.
- Sind alle Orts- bzw. Länderwechsel angegeben (vor allem, wenn kein Hotelbeleg beiliegt)?
  > Wichtig für die Berechnung der Pauschalen!
- Ist die Angabe der Kostenstelle bzw. des Kostenträgers korrekt?
- Sind die Unterschriften vollständig?
  > Vorgesetzter/ Kostenstellenverantwortlicher muss die Reisekostenabrechnung unterschreiben.
- Sind alle Verpflegungen vollständig angegeben?

Hotel:

- Sind die Original-Hotelrechnungen beigelegt?
  > Reservierungsbestätigungen, Kopien und Kreditkartenabrechnungen sind bezüglich Vorsteuer nicht ausreichend.
  > Auch für im Internet gebuchte Hotels (zum Beispiel über Reiseportale) bekommt man in der Regel Rechnungen.
- Ist die Inlandsrechnung auf die Firma ausgestellt?
  > Sonst kann die Vorsteuer nicht gebucht und Ihnen ggf. nur der Nettobetrag erstattet werden.
- Haben Sie die Posten der Hotelrechnung geprüft?
  > Falls Sie kein Frühstück erhalten haben, lassen Sie diesen Posten herausnehmen, sonst wird Ihre Rückerstattung automatisch um diesen Betrag gekürzt.

Mietwagen:

- Ist die Originalrechnung beigelegt?
  > Reservierungsbestätigungen, Kopien, Kreditkartenabrechnungen und Mietverträge sind bezüglich Vorsteuer nicht ausreichend.
- Ist die Inlandsrechnung auf die Firma ausgestellt?
  > Sonst kann die Vorsteuer nicht gebucht und Ihnen ggf. nur der Nettobetrag erstattet werden.

Bewirtungen:

- Wurden alle bewirteten Personen und der Bewirtungsgrund angegeben?
- Wurde das Trinkgeld gesondert aufgeführt?

Sonstiges:

- Wurden alle Kreditkartenabrechnungen beigelegt?
  > Falls nicht möglich, bitte zeitnah nachreichen.
- Sind die Angaben bezüglich etwaiger Geschenke vollständig?
  > Anlass, Name und Firma der beschenkten Person müssen angeben werden.
- Sind Inlandsrechnungen über 150 Euro (brutto) enthalten?
  > Diese müssen generell auf die Firma ausgestellt sein, um vorsteuerabzugsfähig zu sein.

Ihre Fragen rund um das Thema Personalmanagement beantwortet Ihnen gern Christina Arbini.

Telefon: 06022 / 200 - 587
E-Mail: christina.arbini@taa.de

Dienstwagen – was müssen Sie beachten?

Ein Beitrag der
travel agency consulting

Die private Nutzung eines Dienstwagens ist für den betreffenden Arbeitnehmer ein Privileg, das versteuert werden muss. Da sich die Gerichte in jüngster Zeit immer wieder mit dieser Thematik beschäftigten, haben wir nachfolgend für Sie alle wichtigen Fakten zusammengetragen – auch, damit etwaige steuerliche Vorteile voll geltend gemacht werden können.

Grundsätzliches

Prinzipiell entscheidend ist die Nutzung eines Fahrzeuges. Jeder PKW kann sowohl geschäftlich als auch privat genutzt werden. Spezielle Firmenfahrzeuge (zum Beispiel LKWs, Montagefahrzeuge etc.) sind grundsätzlich einer 100-prozentigen unternehmerischen (dienstlichen) Nutzung zuzuordnen. Die in der Touristik üblichen „Botenfahrzeuge“ fallen unter die Gruppe der PKW. Hier wird keine voll unternehmerische Nutzung unterstellt, selbst dann nicht, wenn das Botenfahrzeug am Firmensitz in der Garage steht und sich der Schlüssel ausschließlich in den Betriebsräumen befindet.

Sollte dieses Botenfahrzeug 100-prozentig unternehmerisch genutzt werden, so muss dies nachgewiesen werden. Die Lohnsteuerprüfungen und Betriebsprüfungen der Finanzverwaltung zeigen deutlich diese klare und harte Haltung.

Entscheidung ist bindend

Der geldwerte Vorteil der privaten Nutzung eines Dienstwagens lässt sich auf zwei Arten bemessen: mit der Hilfe eines Fahrtenbuches oder pauschal nach der 1-Prozent-Regelung.

Wichtig dabei: Die einmal getroffene Entscheidung, ob ein Fahrtenbuch oder die 1-Prozent-Regelung zur Anwendung kommt, ist bindend. Auch das Finanzgericht Münster hat mit Urteil vom 27. April 2012 die bisherige Finanzamtspraxis noch einmal ausdrücklich bestätigt. Wer sich demnach einmal für das Fahrtenbuch oder die Abrechnung nach der 1-Prozent-Methode entschieden hat, für den gilt diese Entscheidung für das gesamte Kalenderjahr, auch bei einem Fahrzeugwechsel (Az.4 K 3589/09 E).

Die einmal getroffene Entscheidung, ob ein Fahrtenbuch oder die 1-Prozent-Regelung zur Anwendung kommt, ist bindend.

1 Das Fahrtenbuch

Ein Fahrtenbuch ist vor allem dann interessant, wenn Sie relativ selten den Firmenwagen für private Fahrten nutzen. Durch das Führen eines Fahrtenbuches können Sie einige hundert Euro pro Jahr sparen. Entscheidend ist, dass Ihr Fahrtenbuch zeitnah geführt wird – und vor allem, dass sich aus Ihren Aufzeichnungen für die betrieblich veranlassten Fahrten klar ergibt, welchen Zweck und welches Ziel – inklusive Nennung der Ansprechpartner – jede Fahrt hatte (BFH, Urteil vom 1.3.2012, Az. VI R 33/10).

Details zum Fahrtenbuch

Halten Sie idealerweise nach jeder Fahrt sämtliche Daten zu den gefahrenen Kilometern fest, zumal eine nachträgliche Änderung nicht erlaubt ist.

Folgende Angaben fordert das Finanzamt:

- Datum der Fahrt
- Kilometerstand zu Beginn und zum Ende jeder dienstlichen Fahrt
- Reiseziel (bei Umwegen die gesamte Reiseroute)
- Reisezweck und Gesprächspartner
- Bei Privatfahrten reicht die Angabe der Kilometer aus. Um jedoch eine bessere Übersicht zu behalten, empfiehlt es sich, auch hier die Kilometerstände zu Beginn und Ende jeder privaten Fahrt anzugeben
- Für Fahrten zwischen Wohnung und Betrieb genügt ein kurzer Vermerk

In der Finanzbuchhaltung werden die gesamten Kosten des Fahrzeuges pro Kalenderjahr ermittelt (Abschreibung, Kfz-Kosten etc.). Die laut Fahrtenbuch gefahrenen Kilometer werden zu den gesamten Kosten ins Verhältnis gesetzt, um so den Kilometersatz (Kosten pro Kilometer) zu berechnen. Am Ende erfolgt die Aufteilung zwischen a) Fahrten zwischen Wohnung und Arbeitsstätte, b) dienstlich gefahrenen Kilometern und c) privat gefahrenen Kilometern. Die Fahrtenbuchmethode ist naturgemäß die exakteste Berechnungsvariante.

Sie können Ihr Fahrtenbuch manuell (per Hand) führen. Im Büromaterialhandel sind Fahrtenbücher in der entsprechenden Form erhältlich. Allerdings ist diese Methode relativ aufwändig.

Etwas einfacher ist dagegen die Nutzung eines elektronischen Fahrtenbuches. Es wird fest im Auto installiert und registriert jeden Zündkontakt (Motor anlassen und ausmachen). Zudem werden Datum, Uhrzeit, die Position laut Navigation und die sich daraus resultierende Fahrtstrecke aufgezeichnet. Achten Sie beim Kauf dieser elektronischen Fahrtenbücher darauf, dass es für steuerliche Zwecke zugelassen ist!

2 Die 1-Prozent-Methode

Hierbei handelt es sich um eine pauschale Berechnungsvariante des privaten Nutzungsanteils. Private Fahrten sowie Fahrten zwischen Wohnung und Arbeitsstätte sind als geldwerter Vorteil zu versteuern. Maßgebend ist dabei der Bruttolistenpreis des Fahrzeuges. So wird 1 % vom Bruttolistenpreis pro Monat der privaten Nutzung zugerechnet. Wird das Fahrzeug auch für Fahrten zwischen Wohnung und Arbeitsstätte genutzt, so muss ein Anteil von 0,03 % vom Bruttolistenpreis pro Entfernungskilometer ebenfalls als private Nutzung berechnet werden.

Unser Tipp bei Vereinbarungen mit Ihren Mitarbeitern: Die Anforderungen gelten auch für Mitarbeiter, die den für Privatfahrten zur Verfügung stehenden Firmenwagen nach der Fahrtenbuchmethode abrechnen.

Da es hier immer wieder Beanstandungen gibt, empfehlen wir, bei Mitarbeitern grundsätzlich nach der 1-Prozent-Methode zu verfahren. So sind böse Überraschungen bei einer Betriebsprüfung ausgeschlossen.

Eine Verwerfung des Fahrtenbuches hat die 1-Prozent-Regelung zur Folge. Und die ist regelmäßig teurer (man würde ja sonst gleich zu dieser pauschalen Methode wechseln). Die Folgen einer Verwerfung wären Nachzahlungen (Lohnsteuer, Soli-Zuschlag, Kirchensteuer, Umsatzsteuer, Sozialversicherungen) aufgrund von Lohnsteueraußenprüfungen, Betriebsprüfungen oder Sozialversicherungsprüfungen. Der Arbeitgeber ist für diese Nachzahlungen – auch wenn sie teilweise den Arbeitnehmer betreffen! – haftbar und muss die Nachforderungen zahlen. Ob der Arbeitgeber in solch einem Fall das Geld wieder von seinem Arbeitnehmer zurückbekommt, steht in den Sternen.

Eine Verwerfung des Fahrtenbuches hat die 1-Prozent-Regelung zur Folge.

Eindeutige Regelung bei der Nutzung des Firmenwagens durch den Geschäftsführer

Regeln Sie die Nutzung des Dienstwagens stets schriftlich, am besten im Geschäftsführervertrag oder einem eigenen Überlassungsvertrag. Ganz besonders wichtig ist eine schriftliche Regelung, wenn Sie beherrschender Gesellschafter-Geschäftsführer sind, so das Bundesfinanzministerium. Es verlangt, dass die Dienstwagennutzung von Anfang an klar geregelt ist. Andernfalls droht eine verdeckte Gewinnausschüttung. Ein Beschluss der Gesellschafterversammlung wird vorausgesetzt (bei beherrschenden Geschäftsführern).

So gehen Sie auf Nummer sicher:

- Treffen Sie eine fremdübliche Überlassungs- oder Nutzungsvereinbarung.
- Eine Überlassungs- oder Nutzungsvereinbarung kann auch durch eine ggf. von Ihrem Anstellungsvertrag abweichende mündliche oder „konkludente" Vereinbarung zwischen der GmbH und Ihnen als Gesellschafter-Geschäftsführer erfolgen.

Dabei gilt:

Für einen außenstehenden Dritten muss zweifelsfrei erkennbar sein, dass das Kfz durch die GmbH Ihnen aufgrund einer entgeltlichen Vereinbarung überlassen wird.

Das heißt vor allem, dass der Privatnutzungsanteil zeitnah verbucht und versteuert wird, beispielsweise durch eine zeitnahe (=laufende) Verrechnung auf Ihrem Verrechnungskonto als Gesellschafter-Geschäftsführer. Eine Buchung erst zum Jahresabschluss ist damit zu spät. (BMF, Schreiben vom 3.4.2012, Az.IV C 2 S 742/08/10001)

Praxis-Tipp: Sollten Sie bislang keine Vereinbarung getroffen haben, holen Sie diese nach.

Überlassung von Fahrzeugen an Mitarbeiter eindeutig regeln

Auch hier gilt: Regelungen entweder im Anstellungsvertrag oder in einer separaten Vereinbarung festhalten.

Sinnvoll bei Arbeitnehmern ist eine Vereinbarung mit der Möglichkeit des Widerrufs. Das bedeutet, dass Sie als Arbeitgeber entscheiden können, ob dem Mitarbeiter das Fahrzeug weiterhin zur Verfügung steht oder nicht.

Ein neues Urteil des BAG besagt, dass Sie, trotz einer wirksamen Widerrufsklausel, den Firmenwagen nicht ohne Weiteres zurückfordern dürfen. Sie müssen vielmehr die Interessen des Mitarbeiters berücksichtigen, wenn Sie keine Entschädigung für die entgangene Privatnutzung zahlen wollen.

Wenn Sie einen zur privaten Nutzung überlassenen Firmenwagen ohne Entschädigung zurückfordern wollen, bevor das Arbeitsverhältnis endet, empfiehlt sich nachfolgende Vorgehensweise:

1. Nehmen Sie in den Fahrzeugüberlassungsvertrag von vornherein eine Widerrufsklausel auf (siehe Mustervereinbarungen). Danach können Sie das Fahrzeug ohne Entschädigung zurückfordern, wenn der Mitarbeiter das Fahrzeug nicht mehr betrieblich nutzt oder von der Arbeit freigestellt ist. Ohne eine solche Klausel müssen Sie in jedem Fall eine Entschädigung für die entgangene private Nutzung zahlen, wenn Sie das Fahrzeug zurückfordern, solange Sie noch zur Vergütung des Mitarbeiters verpflichtet sind.
2. Bevor Sie den Firmenwagen zurückfordern, prüfen Sie, ob das Vorgehen angemessen ist. Wägen Sie Ihre Interessen gegen die des Mitarbeiters ab. Für eine schnelle Rückgabe spricht beispielsweise, dass Sie den Wagen schon für einen neuen Mitarbeiter brauchen. Für eine spätere Rückgabe spricht es, wenn der Wagen nach der 1-Prozent-Regel versteuert wird oder der Mitarbeiter keinen anderen Privatwagen besitzt. Im Zweifel gewähren Sie dem Mitarbeiter eine Auslauffrist bis zum Monatsende. Sie sind jedoch nicht verpflichtet, eine Auslaufs- oder Ankündigungsfrist in die Widerrufsklausel aufzunehmen (BAG, Urteil vom 21.3.2012, 5 Az. 651/10).

Mustervereinbarung zwischen GmbH und Geschäftsführer

Nachfolgend finden Sie einen Vorschlag, wie eine Vereinbarung zwischen GmbH und Geschäftsführer gemäß dem neuesten Erlass des Bundesfinanzministeriums aussehen könnte:

1. Dem Geschäftsführer steht für die Dauer seiner Anstellung ein betrieblicher Dienstwagen für dienstliche wie private Zwecke zur Verfügung. Insbesondere auch für Fahrten zwischen Wohnung und Arbeitsstätte.
2. Die Betriebs- und Unterhaltungskosten des Dienstwagens übernimmt die Gesellschaft.
3. Der Geschäftsführer hat Anspruch auf einen Dienstwagen deren Anschaffungskosten max. ..... EUR (Bruttolistenneupreis) betragen darf.
4. Der geldwerte Vorteil durch die private Nutzung des Dienstwagens wird dem Geschäftsführer neben seinen Bezügen gewährt. Die Versteuerung dieses geldwerten Vorteils trägt jedoch der Geschäftsführer.
5. Zur Durchführung der Lohnversteuerung wird ein Pauschbetrag in der steuerlich geltenden Höhe monatlich zugrunde gelegt.

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

Widerrufsvereinbarung mit Arbeitnehmern zur privaten Nutzung von Dienstfahrzeugen

Der Arbeitgeber kann die Gestattung der privaten Nutzung des Dienstwagens mit einer Frist von zwei Wochen widerrufen, wenn der Arbeitnehmer das Fahrzeug aus dienstlichen Gründen nicht mehr benötigt. Ein Grund für einen Widerruf liegt außerdem vor, wenn

- infolge von Krankheit oder aus anderen Gründen ein Entgeltfortzahlungsanspruch nicht mehr besteht
- die Voraussetzungen zur Überlassung eines Dienstwagens in der Person des Arbeitnehmers nicht mehr vorliegen (z. B. bei Abhängigkeit von der Position im Unternehmen)

Gegen Ersatz des entgehenden geldwerten Vorteils kann das Fahrzeug auch zurückgefordert werden, wenn

- das Fahrzeug aus dringenden betrieblichen Gründen benötigt wird und sich der Arbeitnehmer im bezahlten Urlaub oder Mutterschutz befindet
- der Arbeitnehmer nach der Kündigung des Arbeitsverhältnisses von der Verpflichtung zur Arbeitsleistung freigestellt worden ist

Einzelheiten zum Widerruf der Privatnutzung regelt der § (…) .

Zauberwort Kundenzufriedenheit

Die Position der Reisebüros

Das Problem ist bekannt – die stetig wachsende Konkurrenz der Internetbuchungsplattformen erschwert die Situation auf dem stationären Reisebüromarkt massiv. Bequem von zu Hause buchen, keine Einschränkungen durch Öffnungszeiten, ein schier unerschöpfliches Angebot, vermeintlich günstigere Preise. All dies sind beliebte Argumente, mit denen die Web-Büros ihre Kunden locken.

Was den Reisebüros jedoch vorbehalten bleibt, ist der persönliche Kontakt zum Kunden. Ein Vorteil, den es zu nutzen gilt. Service und umfassende Orientierung an Kundenbedürfnissen sind die Indikatoren, durch die sich Reisebüros profilieren und gegen Online-Mitbewerber durchsetzen können.

Die Herausforderung: Zufriedenheit schaffen

Doch wann ist ein Kunde zufrieden? Wann ist die Dienst- oder Beratungsleistung überzeugend? Während diese Fragen für Sachgüter, mit einheitlichen Produktmerkmalen, relativ leicht zu beantworten sind, gestaltet sich eine objektive Bewertung bei Dienstleistungen oft schwierig. Unterschiedliche Erfahrungswerte, Einstellungen und Prioritäten der Kunden führen zu unterschiedlichen Einschätzungen über die erbrachte Beratung.

- Ein Geschäftsreisender erwartet schnelle Reaktionszeiten und eine professionelle Abwicklung. Er verreist mehrmals im Monat.
- Eine junge Familie erwartet Flexibilität und Einfühlungsvermögen. Vielleicht ist es ihr erster Familienurlaub.
- Ein Rentnerehepaar erwartet Zuverlässigkeit und umfangreiche Beratung. Sie haben lange für ihren Urlaub gespart.

Jeder einzelne Kunde kann ein und dieselbe Leistung anders wahrnehmen. Der Geschäftsreisende, der häufig Hotels besucht hat einen anderen Vergleichshorizont und dementsprechend andere Erwartungen an ein vier Sterne Hotel, als ein Jugendlicher oder ein Student, der für gewöhnlich andere Unterkünfte bucht. Die Erwartungshaltung der Kunden ist damit eine der zentralen Größen bei der Bewertung der Leistung.

Seine Kunden muss man kennen

Für diese Herausforderung gibt es kein Lösungsschema X.

Genau zuhören und zwischen den Zeilen lesen, Bedürfnisse erkennen, originelle Lösungen anbieten, Reaktionen abwarten und wichtige Informationen festhalten.

Überzeugen Sie durch Eigenschaften, die keine Online-Buchungsplattform leisten kann:

- natürliche Freundlichkeit
- überzeugende Fachkompetenz
- unabdingbare Kundenorientierung
- Individuelles Vorgehen bei jedem einzelnen Kunden

Alle aufgeführten Punkte können den wirtschaftlichen Erfolg eines Reisebüros auch langfristig garantieren.

Denn zufriedene Kunden …

- kommen wieder
- buchen häufiger
- vertrauen ihrem Berater und sind bereit höhere Preise zu zahlen
- wirken als Multiplikator im eigenen Familien- und Freundeskreis und akquirieren damit neue Kunden

Fazit: Zufriedene Kunden steigern Ihren Gewinn.

benefitcircle.de: Zentraler Einkauf speziell für Reisebüros und Veranstalter

Ab sofort haben auch Sie als taa-Kunde die Möglichkeit, die Vorteile des Zentraleinkaufs zu nutzen, wie sie unser Partner, die Benefit Plus GmbH, offeriert. Benefit Plus versteht sich als Serviceunternehmen im Bereich der Beschaffungsleistungen. Durch Verhandlungen mit zahlreichen Anbietern werden die günstigsten Konditionen ermittelt und weitergegeben, zumal sich durch die Bündelung der Einkaufskraft enorme Preisnachlässe ergeben.

Ihre Vorteile im Überblick:

- Top Einkaufskonditionen
- Optimierung der Beschaffungsleistung
- Verbesserung der Einkaufsprozesse
- Effizientes Einkaufscontrolling
- Umweltfreundliche Einkaufsprozesse

Profitieren auch Sie von diesen Leistungen und überlassen Sie Benefit Plus die zeitaufwendige Suche nach den besten Angeboten! Das Sortiment richtet sich speziell an Reisebüros und Veranstalter und umfasst Büroartikel, Bürotechnik, Versicherungen, Dienstleistungen, Druckservice und die Beschaffung von Fahrzeugen. Unter www.benefitcircle.de finden Sie das breite Angebot einschließlich der Konditionen.

Die Einkaufsvorteile von Benefit Circle können exklusiv Geschäftskunden der taa nutzen. Nach kostenloser Anmeldung gelangen Sie in den geschlossenen Benutzerkreis und können direkt Bestellungen vornehmen. benefitcircle.de freut sich auf die Zusammenarbeit mit Ihnen!

Kontaktdaten

Benefit Plus GmbH
Agrippinaufer 6
50678 Köln

Tel.: 0221-139 68 00
Email: nt@benefitplus.net

FAQs aus dem Bereich Dokumentenmanagement/webinvoice by taa

1 Muss ich elektronische Rechnungen ausdrucken?

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

Mit dem Inkrafttreten des Steuererleichterungsgesetzes im Jahr 2011 wurde die elektronische Rechnungsübermittlung der herkömmlichen Fakturierung auf Papier vollständig gleichgestellt. Im Zuge dessen haben bereits viele Unternehmen den Rechnungsversand von Papier auf die elektronische Form umgestellt. Es ist jedoch zwingend darauf zu achten, dass elektronisch empfangene Rechnungen laut Gesetzgeber auch elektronisch aufbewahrt werden müssen. Mit Hilfe unseres Dokumentenmanagementsystems „webinvoice“ by taa können Sie die elektronische Archivierung völlig unkompliziert vornehmen, weshalb wir Ihnen empfehlen, möglichst viele Rechnungen per E-Mail zu beziehen.

Der Vorteil für Sie liegt auf der Hand:

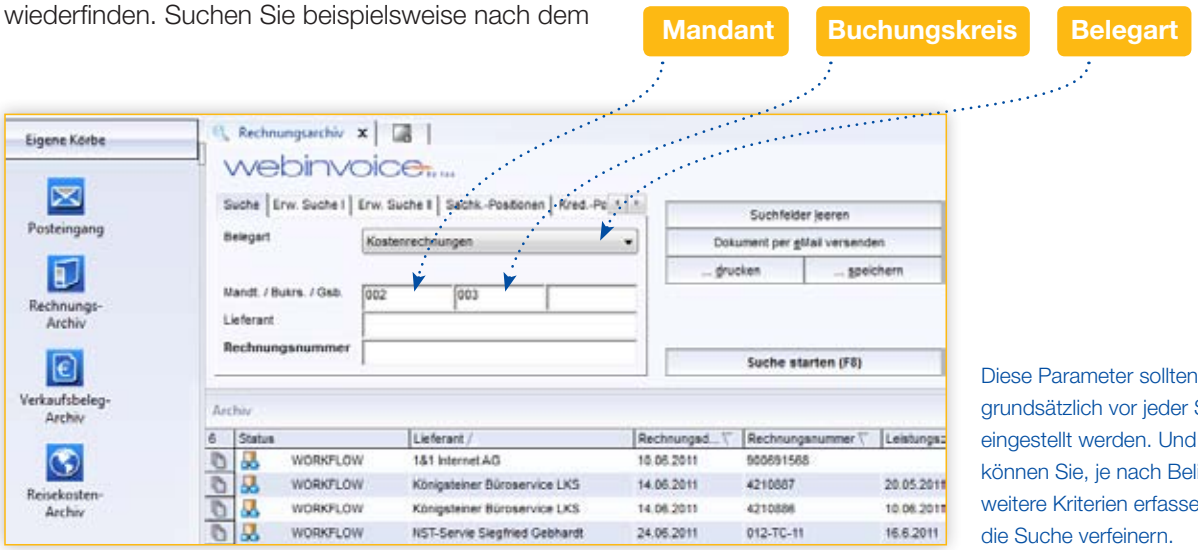
Alle E-Mails können Sie direkt an unsere zentrale Adresse inbox@webinvoice.de weiterleiten, zügig und ganz ohne Porto- oder Papierkosten! Lieferanten können die Rechnungen auch direkt an uns übermitteln. Wir lesen die Dokumente aus und archivieren diese umgehend für den gesetzlich vorgeschriebenen Zeitraum. So sind Sie zu 100 Prozent rechtlich abgesichert. Das Management Ihrer Eingangsdokumente wird so erheblich vereinfacht, zumal auch das Ausdrucken der Rechnungen entfällt.

2 Wie finde ich meine Dokumente in den webinvoice-Archiven?

Zentraler Aspekt bei elektronischer Archivierung ist die Zeitersparnis bei der Ablage und Suche von Dokumenten.

Unsere Archive bieten zahlreiche Suchoptionen. Somit können Sie ein gesuchtes Dokument anhand einer Vielzahl von Kriterien problemlos und schnell wiederfinden. Suchen Sie beispielsweise nach dem Namen des Reisenden, Reisedatum, Buchungs- und Vorgangsnummer, Belegart, Lieferant, Betreff, Rechnungsdatum, Gesamtbetrag und vielem mehr.

Um die Suche zusätzlich zu beschleunigen, empfehlen wir die Einschränkung in der ersten Registerlasche „Suche“ nach:



Diese Parameter sollten grundsätzlich vor jeder Suche eingestellt werden. Und natürlich können Sie, je nach Belieben, weitere Kriterien erfassen und so die Suche verfeinern.

3 Wie kann ich die Rechnungsbearbeitung innerhalb von webinvoice beschleunigen, um z. B. Skontovorteile zu nutzen?

Elektronische Archiv- und Workflowsysteme bilden den Belegfluss im Unternehmen virtuell ab und bieten umfangreiche Steuerungsfunktionen.

Vor Zahlung einer Rechnung muss diese häufig noch von mehreren Instanzen freigezeichnet werden. webinvoice hält dafür entsprechende Funktionen bereit und ermöglicht so die Umsetzung eines virtuellen Freizeichungsprozesses. Trotzdem besteht noch immer die Gefahr, dass ein Dokument zu lange beim Bearbeiter liegen bleibt, und damit etwaige Skontovorteile verloren gehen. Um dies zu vermeiden, kann sowohl der aktuelle Besitzer des Dokuments als auch Kollegen oder Vorgesetzte anhand einer Erinnerungs-E-Mail (Eskalations-Mail) zur Bearbeitung aufgefordert werden. Die Eskalationsdauer beschreibt dabei den Zeitpunkt, zu dem diese Erinnerungs-Mail automatisch versendet wird (zum Beispiel drei Tage). Sie lässt sich je nach Dokumentenstatus individuell festlegen.

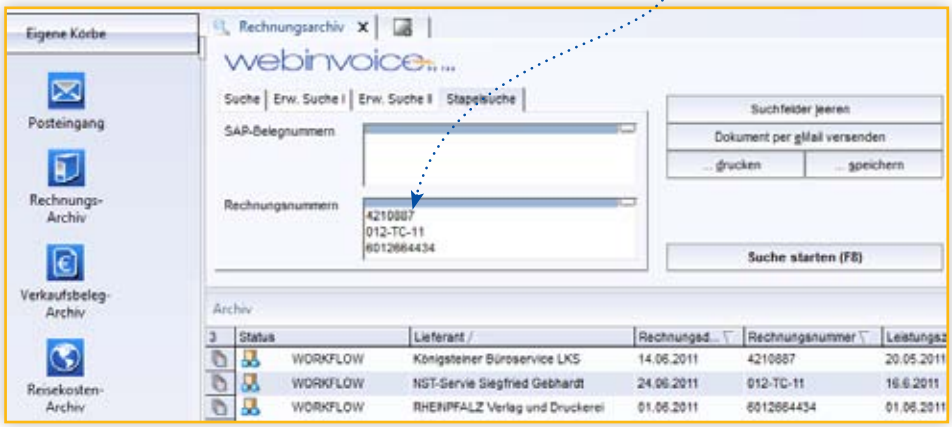
Eine interessante Möglichkeit ist die Festsetzung der Eskalation aller Dokumente mit dem Status „Eingang“ auf drei Tage. Dokumente mit dem Status „Wiedervorlage“ oder „Rückfrage“ eskalieren dagegen gar nicht oder verspätet. Damit erhalten Sie einen umfassenden Überwachungsmechanismus, mit dem Sie den Status Ihrer Dokumente jederzeit prüfen können.

4 Wie kann ich verschiedenartige Dokumente gleichzeitig in den webinvoice-Archiven aufrufen?

Die gleichzeitige Darstellung mehrerer Eingangsrechnungen kann beispielsweise bei der Prüfung von Zahlungsvorschlagslisten sehr hilfreich sein.

Vor Ausführung des Zahllaufs müssen die von der Buchhaltung erstellten Zahlungsvorschlagslisten häufig noch geprüft werden. Dabei ist es von Vorteil, die zur Liste gehörigen Originalrechnungen einzusehen. Diese Möglichkeit bietet Ihnen die webinvoice-Stapelsuche im Rechnungsarchiv. Dabei können die Dokumente wahlweise anhand der Rechnungsnummern oder der SAP-Belegnummern recherchiert werden.

Rechnungsnummern



Bitte beachten Sie hierbei, dass die SAP-Belegnummern/Rechnungsnummern immer vollständig und untereinander eingegeben werden müssen. Der Zeilenumbruch kann dabei mit der Tastenkombination **[Strg+Shift+Enter]** eingegeben werden. Selbstverständlich ist auch „Kopieren und Einfügen“ (Drag+Drop) möglich. Die SAP-Belegnummern/Rechnungsnummern können in das Feld mit der Tastenkombination **[Strg+V]** eingefügt werden.

Ihre Fragen rund um das Thema Dokumentenmanagement beantwortet Ihnen gern Mathias Welsch.

Telefon: 06022 / 200 - 566
E-Mail: mathias.welsch@taa.de

Betriebswirtschaftlicher Begriff: Share Deal

Im letzten Newsletter No.43 erklärten wir den Begriff „Asset Deal“. Das Gegenstück – der Share Deal – stellt eine besondere Form des Unternehmenskaufs dar. Hierbei erwirbt der Käufer vom Verkäufer das Unternehmen oder die Anteile an der zum Verkauf stehenden Personen- oder Kapitalgesellschaft. Die Identität des Unternehmens bleibt in der Regel bestehen.

Vorhandene Kundenverträge gehen beim Kauf ohne gesonderte Zustimmung auf den Käufer über.

Beim Kauf von Unternehmensanteilen erhält der Anteilseigner (Käufer) grundsätzlich die mit der Beteiligung verbundenen Rechte und Pflichten. Hierüber werden detaillierte Vereinbarungen getroffen (z. B. sind Steuerverbindlichkeiten, Garantieübernahmen, etc. vom Käufer zu tragen).

Eine äußerst sorgfältige Vorabprüfung der wirtschaftlichen Lage des Unternehmens ist unabdingbar.

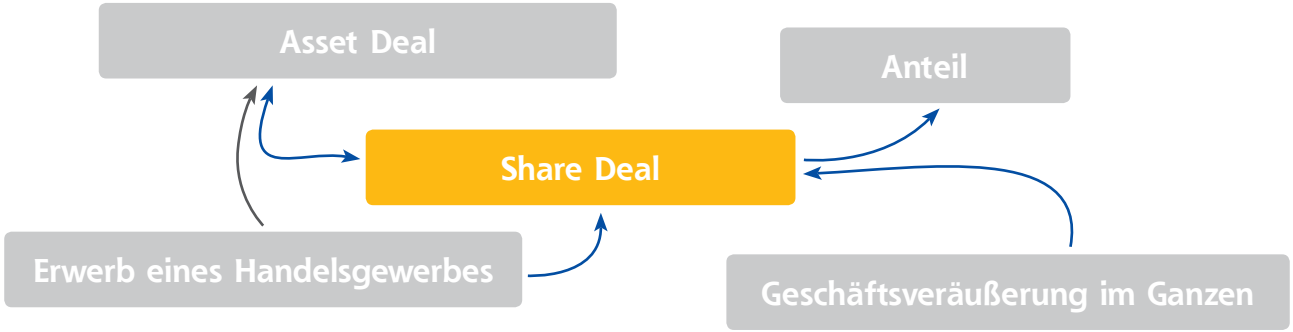
Der Verkäufer bevorzugt in der Regel den Share-Deal.

Vorteile

- Verhältnismäßig einfache Erfassung des Kaufgegenstandes
- Sämtliche Verträge bleiben unberührt
- Keine Zustimmung erforderlich
- Gesamtes Unternehmen wird veräußert
- Sofortiger Start mit vorhandenen Strukturen (Übernahme des laufenden Betriebs)

Nachteile

- Übernahme sämtlicher, auch verborgener, Risiken/ Verbindlichkeiten
- Bindung an frühere Organbeschlüsse
- Ggf. Wegfall der Verlustvorträge
- Ausstattung mit frischen Eigenmitteln nur mit Forderungsverzicht der übrigen Gläubiger sinnvoll (Stichwort: Besserungsschein)



Impressum

taa newsletter

Nachrichten für Geschäftsführer und Buchhalter
ISSN 1610-4013

Herausgeber

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

Redaktion

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

Carolin Mader
Telefon: +49 (0) 6022 / 200 - 547
E-Mail: carolin.mader@taa.de

Layout

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

15 Jahre taa und das sonstige Weltgeschehen

Anlässlich unseres Firmen-Jubiläums haben wir für Sie eine Chronik erstellt, um Ihnen die wichtigsten Meilensteine der taa-Firmengeschichte anhand von Ereignissen aus dem sonstigen Weltgeschehen zu präsentieren - Viel Spaß beim Lesen!

1997 - 2002

1. Mai 1997

- Gründung von taa travel agency accounting mit Firmensitz in Großostheim
- Eröffnung der ersten Niederlassungen in Bonn und Bremen

1997

- Gründung der Star Alliance durch Air Canada, United Airlines, Lufthansa, SAS Scandinavian Airlines und Thai Airways
- Domain google.com wird registriert

1998

- Eröffnung der Niederlassung in Berlin für die Betreuung der Unternehmen aus dem AER-Konzern

1998

- Gründung Easy-Jet in London
- Abschaffung der Gewerbekapitalsteuer in Deutschland

1999

- Die Weltbevölkerung erreicht die 6 Mrd-Grenze
- Die D-Mark wird zur offiziellen Währung im Kosovo

1999

- Gründung der Hamburger Niederlassung

2000

- Neue Dienstleistungsbereiche im taa-Portfolio: Reisekostenabrechnung und Travel Management

2000

- Die Weltausstellung EXPO gastiert auf dem Messegelände in Hannover. Von Juni bis Oktober kommen etwa 18 Millionen Besucher.

2001

- Übernahme der Buchhaltung für die Thomas Cook Reisebüros

2001

- Die C&N Touristic übernimmt die britische Thomas Cook Holdings; aus C&N Touristic wird die Thomas Cook AG
- Die TUI Group geht in die Preussag AG über und wird deren 100-prozentige Tochter. Im Jahr darauf benennt sich die Preussag AG in TUI AG um
- Neun europäische Fluggesellschaften, darunter die Lufthansa, gründen Opodo
- Anschläge vom 11. September

2002

- Gründung der Niederlassung in München; weitere Niederlassungen in Bochum, Frankfurt, Mainz, Nürnberg, Pfullendorf und Weimar folgen
- Die Zahl der taa-Mitarbeiter übersteigt erstmals 100

2002

- Einführung des Euro
- Ryanair eröffnet eine deutsche Basis am Flughafen Frankfurt Hahn
- Elbhochwasser / „Jahrhundertflut“

2003 - 2007

2003

- Beginn des Irak-Kriegs im März 2003. Wenige Wochen später kommt es zum Sturz des irakischen Machthabers Saddam Hussein.
- Sonnenklar.TV nimmt seinen Sendebetrieb auf

2003

- Verlegung der taa-Zentrale nach Großwallstadt
- Eröffnung des ersten taa-Standortes im Ausland; die Niederlassung in Luxemburg betreut die Reisebürogruppe Sales-Lentz

2004

- Die Lufthansa führt die Nullprovision und die Ticket Service Charge ein
- Am 4. Februar geht das soziale Netzwerk facebook in den USA online
- Durch einen Tsunami in Indonesien sterben über 200.000 Menschen

2005

- Hurricane Katrina verwüstet weite Teile im Südosten der USA
- Die Türkei reformiert die eigene Währung, die Lira. 6 Nullen werden gestrichen. Es entsteht die „Neue türkische Lira".

2005

- Übernahme der Buchhaltung für die Reisebüros der Karstadt Warenhaus AG
- Gründung der taa-Außenstelle in Essen

2006

- Amadeus übernimmt TravelTainment
- Die Fußball WM in Deutschland beschert dem Inlandstourismus Traumergebnisse

2006

- Entwicklung eines neuen Workflow; die Lösung stellt die zuverlässige und leistungsstarke Basis für modernes Rechnungswesen in der gesamten Touristikbranche dar
- Umstrukturierung der Standorte in Luxemburg, Weimar und Nürnberg

2007

- Verlegung der taa-Außenstelle Frankfurt nach Großwallstadt
- Armin Scherger wird weiterer Geschäftsführer
- Start des neuen Dokumentenmanagementsystems webinvoice by taa und Verarbeitung erster Kostenrechnungen über das System

2007

- Der erste Airbus A380 geht in Dienst
- Das Schengener-Abkommen legt fest: Offene Grenzen in Europa

2008 - 2012

2008

- Eröffnung zusätzlicher Implants in Heide und Neuss
- Kooperation mit Reisebüroorganisationen, Vorbereitung einer Buchhaltungslösung für Kleinbetriebe
- Übernahme der Buchhaltung für die Reisebüros der Neckermann Urlaubswelt

2008

- Kein gutes Jahr für die Weltwirtschaft. Die amerikanische Immobilienblase platzt. Der internationale Finanzmarkt fällt in eine tiefe Krise

2009

- Auch der Bereich „Veranstalterrechnungen“ wird über webinvoice verarbeitet

2009

- FTI überschreitet erstmals die Umsatzmarke von 1 Mrd € im Geschäftsjahr 2008/2009. Dies gelang bisher lediglich TUI, REWE, Neckermann und Alltours
- Einsturz des historischen Kölner Stadtarchivs

2010

- Umzug der taa-Außenstelle Pfullendorf nach Großwallstadt
- Als erster Großkunde nutzt Thomas Cook – hierzu zählen alle konzerneigenen Reisebüros – das taa-Dokumentenmanagementsystem webinvoice by taa

2010

- Ausbruch des Eyjafjallajökull in Island. Die Aschewolke des Vulkanausbruchs führt zu wochenlangen, massiven Beeinträchtigungen im europäischen Luftraum.
- Boom der Smartphones. Zahlreiche touristische Anbieter (z.B. HRS) ziehen mit und veröffentlichen eigene Buchungsapps. Eine weitere Konkurrenz für Reisebüros entsteht. Mittlerweile gibt es rund 30.000 Apps die Reisende vor, während und nach ihrem Urlaub begleiten.

2011

- Die Zahl der taa-Mitarbeiter klettert auf über 160. Zugleich übersteigt das betreute Umsatzvolumen erstmals 3 Milliarden Euro
- Übernahme der Linienflugverkehrsabrechnung für die Condor Flugdienst GmbH

2011

- Luftverkehrssteuer wird eingeführt
- Atomunglück in Fokushima

2012

- Erfolgreicher Abschluss des neuen, vom TÜV Hessen zertifizierten, Fortbildungsprojekts für rund 100 taa Mitarbeiter zur Schaffung des neuen Berufsbildes „Datenverarbeitungskaufmann im touristischen Finanzwesen“
- Im touristischen Buchhaltungsbereich arbeitet taa jetzt mit allen gängigen Backoffice-Systemen zusammen (IBIZA, travelbasys, Bewotec, Lexware etc.)

2012

- Lufthansa streicht Ticket Service Charge auf lufthansa.com; Air Berlin folgt.

Das sind wir - Wir sind die taa!

Nach unserer Chronik möchten wir noch persönliche taa-Einblicke zeigen und haben tief in unserer Fotokiste gewühlt. Gespickt mit interessanten Fakten zu unseren Mitarbeitern und Kunden, haben wir für Sie eine kunterbunte Mischung aus den vergangenen 15 Jahren taa erstellt - schwelgen Sie mit uns in Erinnerungen!

Mitarbeiteranzahl

Gesamt:	**163**
Großwallstadt:	67
Berlin	43
Essen	24
Bonn	7
Bochum	6
Frankfurt	5
München	5
Bremen	2
Hamburg	2
Mainz	2

Durchschnittsalter

43

Jüngster Mitarbeiter 17 Jahre

Ältester Mitarbeiter 67 Jahre

Tätigkeiten

Geschäftsführung	2
Assistenz der Geschäftsführung	2
Marketing, Vertrieb und Services	11
Buchhalter	111
Sachbearbeiter Reisekosten	10
Technik	2
Minijobs	6
Azubis und Studenten	12
Mutterschutz	7
Gesamt	**163**

Unsere Kunden

Fullservice	321 Unternehmen
Selfservice	41 Unternehmen
Lohn-& Gehaltsabrechnung:	62 Unternehmen
Reisekosten	46 Unternehmen
Insgesamt	470 Unternehmen

Betriebszugehörigkeit in Jahren (Durchschnitt)

7

Sprachkenntnisse

Englisch	77
Russisch	20
Französisch	24
Spanisch	11
Polnisch	1
Italienisch	3
Türkisch	1
Griechisch	1
Portugiesisch	1
Niederländisch	1

Eintritte seit 2009

51

In welchem Bundesland betreuen wir die meisten Unternehmen?

Nordrhein-Westfalen	61
Hessen	49
Bayern	45
Berlin	41
Baden-Württemberg	39
Rheinland-Pfalz	16
Hamburg	15
Niedersachsen	13
Sachsen	9
Bremen	5
Schleswig-Holstein	5
Thüringen	5
Saarland	4
Brandenburg	3
Mecklenburg-Vorpommern	1
Sachsen-Anhalt	1
Gesamt*	**312**

*(Rest im Ausland)

Austritte seit 2009

28

Die kleine taa-Mannschaft: Unser Nachwuchs

Fritz Schmittner

Anika Zimmermann

Lea Kappes

Marvin und Lorena Krichbaum

Julia Rick

Johannes Brehm

» Oft sind es die kleinsten Menschen, die die größten Spuren hinterlassen.

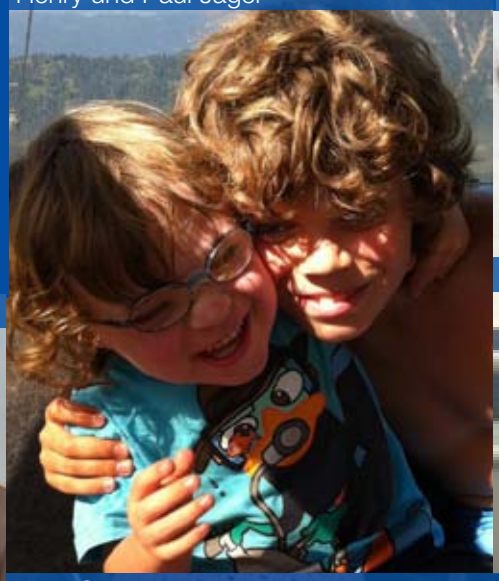
Tammo Cordes

Helena und Hannah Angerer-Sauer

Laura Arbini

Benjamin Brehm

Henry und Paul Jäger



Mia Sophie Madlen Kohl

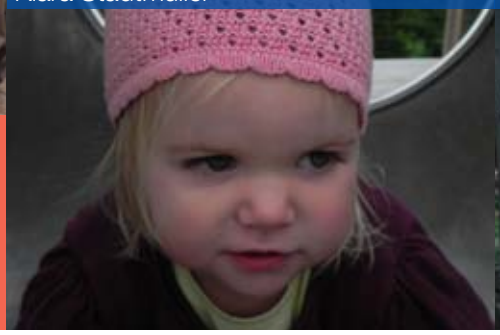
Amira Arnheiter

Mia Lippert

Marlene und Felix Fichtl

Linus Geis

Klara Stadtmüller



Felix Kainz

Amelie Kainz

Friederike Wiemer

Pauline Wiemer

Fabian Hänsel

Nele Bannach

Benedict Wiemer

Johannes & Jarne Gerhardt

Rebecca, Leonie und Anna Lena Remmele

Luise, Sebastian, Charlotte und Marlene Hochbrückner

Tobias Jungböck

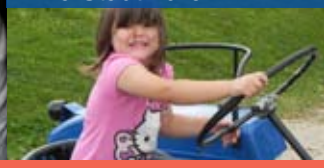
Benita Kainz

Emilia Valina Allo

Vanessa Rick

Jacob Mader

Anna Stadtmüller

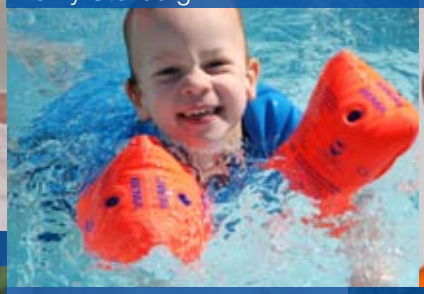


» Wer tritt in die großen Fußstapfen von Mama und Papa?

Paula Schmittner

Clara Mader

Henry Stollberg



Emil Stadtmüller

Tobias Zoll

Theo Stollberg