

Karl-Hubert Kiefer

Kommunikative Kompetenzen im Berufsfeld der internationalen Steuerberatung

1. Einführung

1.1. Bedarf und Angebot an Dienstleistungen internationaler Steuerberatung

Sehr geehrte Frau Y,

ich danke Ihnen zunächst, dass Sie bereit sind, mit mir in deutscher Sprache zu kommunizieren.

Grund meines Schreibens ist Herr X, den ich hier in Deutschland in rechtlichen Fragen und in seinen Beziehungen zum Deutschen Tanzsportverband und zum TbW vertreten bzw. beraten habe. Herr X ist nun Professional geworden, d.h., er tanzt für Geld. Daneben ist er Sänger und Schauspieler. Er hat seinen Hauptwohnsitz nach wie vor in Deutschland, denn er startet für Deutschland. Das wirft verschiedene Probleme auf wegen derer ich Herrn X gebeten habe, einen Steuerberater zu beauftragen, der ihn sowohl in Polen wie auch in Deutschland vertreten kann und in beiden Rechten firm ist, selbstverständlich auch in der Frage des Doppelbesteuerungsabkommens.

Bei Herrn X steht Folgendes an: die Einkommensteuererklärung, die Prüfung, wie weit Herr X in Deutschland und/oder Polen umsatzsteuerpflichtiger Unternehmer ist und die entsprechende Meldung an die Finanzämter einschließlich etwaiger Umsatzsteuervoranmeldungen. Herr X muss wissen, ob und welche Umsatzsteuer er erheben kann/muss und welche Regeln er für die Rechnungsstellung einhalten muss. Am besten wäre es, Sie entwürfen ihm entsprechende Rechnungsformulare, die den Vorschriften genügen.

Herr X ist mit ganzem Herzen Tänzer und Künstler. Er legt wenig Wert auf das Sammeln von Belegen, Ordnen von Rechnungen etc, also all die Dinge, die Finanzämter für nötig halten. Damit Herrn X kein Schaden entsteht, bitte ich Sie, mit ihm einen Weg zu vereinbaren, der ihn vor sich selbst schützt, etwa in der Weise, dass er ihnen die Rechnungserstellung und Buchhaltung überträgt und er seine Belege regelmäßig an Sie übersendet.

Ich werde versuchen, ihn hier in Deutschland über die Künstlersozialversicherung zu versichern. Das hat den Vorteil, dass er bei vergleichsweise geringen Beiträgen eine Kranken- und Altersversorgung hat.

Sollten Sie noch Fragen haben, können Sie sich gerne an mich wenden.

Mit freundlichen Grüßen

Z.

Rechtsanwalt

Sehr geehrter Herr V.,

vielen Dank für Ihr Angebot bezüglich Vorsteuerrückerstattung in Polen. Da ich Ihr Büro telefonisch leider nicht erreichen konnte, möchte ich Ihnen einige Fragen bezüglich Ihres Angebotes per Mail stellen.

Die XYZ GmbH hat mit zwei Tochtergesellschaften im Zeitraum von 00 bis 01 selbstständig Anträge auf Mehrwertsteuerrückerstattung in Polen gestellt. Leider hat sich die Bearbeitung der Anträge durch die zuständigen polnischen Behörden sehr lange hingezogen. Im Dezember haben wir nach mehrmaliger Rückfrage endlich ein Schreiben erhalten mit einigen Rückfragen zu den Anträgen. Auf den Unternehmerbescheinigungen unseres Finanzamtes fehlte die Angabe des Gewerbes und auf einem Antrag ist ein Übertragungsfehler des Gesamterstattungsbetrages zu korrigieren. Unsere Antworten liegen nun zur Übersendung an die polnische Behörde bereit - wir möchten jedoch einen Berater in Polen zu Rate ziehen, der darauf drängt, dass es endlich zu Bearbeitung und schlussendlich auch zur Erstattung der Vorsteuerbeträge kommt. Ich möchte Sie freundlichst bitten uns mitzuteilen, ob Sie für die XYZ GmbH bezüglich des oben geschilderten Sachverhalts mit den polnischen Behörden Kontakt aufnehmen und die erforderlichen Unterlagen einreichen könnten?

In Ihrem Angebot haben Sie erwähnt, dass Sie für die Vorbereitung und Einreichung der Anträge eine pauschale Vergütung i.H.v. * % des Erstattungsbetrages berechnen. Der Gesamterstattungsbetrag aller Anträge von 00 bis 01 summiert sich auf ** PLN. Hat dieses Angebot im vorliegenden Fall noch Gültigkeit?

In Erwartung einer baldigen Antwort verbleibe ich

mit freundlichen Grüßen

P.

Finanzbuchhaltung

Der Künstler aus Deutschland, der auch im Nachbarland Engagements wahrnimmt und dort Einkommen- und möglicherweise auch Umsatzsteuer entrichten muss, die deutsche Gesellschaft aus der Messebranche, die vor der ausländischen Steuerbehörde ihre Ansprüche auf Erstattung der entrichteten Umsatzsteuer durchsetzen möchte: zwei authentische Vorgänge aus der Beratungspraxis von Steuerberatern einer im Ausland Wirtschaftsprüfungs- und -beratungsgesellschaft mit vorwiegend deutscher Mandantenschaft.

Steuerberatung für juristische und natürliche Personen, die am grenzüberschreitenden Wirtschaftsverkehr teilnehmen, d.h. auf den globalen Absatz- und Beschaffungsmärkten investieren, verkaufen, einkaufen bzw. erwerbstätig sind, umfasst hoch spezialisierte, komplexe Dienstleistungen, deren Bedarf grundsätzlich gekoppelt ist an den Grad wirtschaftlicher Verflechtung: Je aktiver der ökonomische Austausch zwischen Volkswirtschaften, je mehr Einkünfte im Ausland erzielt werden, je mehr Um-

sätze ausgeführt werden, je mehr Gewerbe jenseits der nationalen Grenzen betrieben wird, je mehr Unternehmen, Grundstücke und Immobilien außerhalb Deutschlands gekauft, Gesellschaften, Auslandsniederlassungen bzw. -vertretungen gegründet oder Teilfertigungen aus der Bundesrepublik in einen anderen Staat verlagert werden etc., kurzum: Je mehr Steuerpflicht für Deutsche im Ausland besteht – umso größer ist die Nachfrage nach Beratungsleistungen, die diese Aktivitäten im Ausland begleiten.¹

Was kann, was soll internationale Steuerberatung leisten? Mit jedem unternehmerischen Schritt über die Grenze gehen Chancen, gleichzeitig aber auch eine Vielzahl von wirtschaftlichen, rechtlichen und auch steuerlichen Risiken einher: Unternehmen kommen mit dem Steuerrecht anderer Staaten in Berührung, fallen gegebenenfalls unter deren Steuerhoheit. Die unterschiedliche Bewertung von Sachverhalten in den verschiedenen Steuersystemen der einzelnen Länder hat mitunter auch zur Folge, dass ein Geschäftsvorfall sowohl im Inland als auch im Ausland besteuert wird, so dass es zu Doppel- oder Mehrfachbesteuerungen kommt. Steuervorschriften können grenzüberschreitende Aktivitäten von Unternehmen andererseits aber auch fördern, wenn Gestaltungsspielräume entsprechend genutzt und dadurch steuerliche Belastungen eingeschränkt oder vollständig vermieden werden (Djanani/Brähler, 2006, 1).

Um den Zugang zum fremden Markt und die mit der laufenden Geschäftstätigkeit verbundenen Anpassungsprozesse an die steuerrechtlichen Rahmenbedingungen im Investitionsland erfolgreich zu bewältigen, greifen Unternehmen häufig auf das Angebot vor Ort ansässiger Beratungsgesellschaften zurück, die dabei helfen, das unternehmerische Engagement im Ausland in Gang zu bringen und es laufend beratend unterstützen. Möchten sie hierbei die Dienste deutscher bzw. deutschsprachiger und mit der deutschen Geschäftskultur vertrauter Leistungsanbieter in Anspruch nehmen, steht ihnen in vielen Ländern der Welt der Service von speziell eingerichteten German Desks international operierender Beratungsgesellschaften oder von Branchenvertretern rein deutschen Ursprungs zur Verfügung. Hier sind in der Regel einheimische Rechts-

1 Das Beispiel des deutsch-polnischen Wirtschaftsverkehrs mag dies veranschaulichen: Der Umsatzwert des Warenaustauschs zwischen Polen und Deutschland und Polen bewegt sich seit Jahren zwischen 60 und 70 Milliarden Euro, Deutschland ist seit zwei Jahrzehnten der mit Abstand wichtigste Handelspartner Polens. Auch die Bedeutung Polens für den deutschen Außenhandel steigt kontinuierlich und erreichte 2010 den 10. Rang. Mehr als 25% der polnischen Ausfuhren gehen nach Deutschland. Zu den deutschen Exportgütern in Richtung Polen dominieren Maschinen und Elektrotechnik, Anlagen, Fahrzeuge, Chemikalien und Kunststoffserzeugnisse. Polen exportiert insbesondere Maschinen, Fahrzeuge, Haushaltsgeräte, chemische Produkte, Lebensmittel und Möbel ins westliche Nachbarland. Bei den ausländischen Direktinvestitionen in Polen belegen deutsche Unternehmen sowohl nach der Anzahl als auch nach der Investitionssumme den ersten Platz. Die deutschen Direktinvestitionen beliefen sich im Jahr 2010 auf 1,6 Milliarden Euro; seit dem Systemwechsel 1989/1990 betragen sie kumuliert mehr als 20 Milliarden Euro. In dieser Zahl nicht enthalten sind die statistisch nicht erfassten Investitionen kleiner und mittlerer Unternehmen von weniger als einer Million Euro – vor allem in den Grenzregionen. Der größte Anteil der deutschen Investitionen sind Neugründungen (so genannte „Greenfield Investments“), nur ein kleiner Teil entfällt auf Übernahmen oder ist mit der Privatisierung staatlicher Unternehmen verbunden.
http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/Polen/Bilateral_node.html# doc331962body Text2, abgerufen am 10.08.2012

anwälte², Wirtschaftsprüfer, Steuerberater aber auch deutsche bzw. aus dem deutschsprachigen Raum stammende Berufsträger tätig, die über Kenntnisse beider Kulturen und Rechtsordnungen verfügen, mit den lokalen Gegebenheiten vertraut sind und Beratung in deutscher Sprache erbringen.³

1.2 „Gute Kommunikation“ – eine Schlüssel-Voraussetzung für erfolgreiche Steuerberatung

Die Ausübung des Steuerberaterberufs unterliegt in Deutschland wie auch in den meisten EU-Ländern strengen gesetzlichen Regelungen: Der Zugang zum Beruf erfolgt durch eine staatliche Eignungsprüfung, zahlreiche Vorschriften regeln die Pflicht zur unabhängigen, eigenverantwortlichen, gewissenhaften Berufsausübung und die Erfüllung dieser Berufspflichten wiederum wird durch entsprechende Kammern überwacht.

Dass auch aus Sicht der Berufsgruppe selbst in erster Linie die Qualität der eigenen Dienstleistungen, spezifisches fachliches Wissen in Bezug auf die zentralen Steuerarten sowie Branchenkenntnis zu den Erfolgsfaktoren gezählt werden, mag deshalb nicht verwundern. Eine entsprechende Umfrage unter Führungskräften namhafter polnischer Branchenvertreter⁴ belegt diese Erwartungshaltung, macht gleichzeitig jedoch noch etwas anderes deutlich: Um Mandanten langfristig zu halten und neue zu gewinnen, dafür sind über das rein Fachliche hinaus gehende Mitarbeitereigenschaften ausschlaggebend. Begründet wird dies damit, dass Beratungsleistungen nicht von anonymen Teams, sondern von „Autoren“ erbracht werden, die sich vor allem durch eines auszeichnen müssen: durch Glaubwürdigkeit. Die wichtigste Fähigkeit eines Steuerberaters sei es, so ein Branchenvertreter, den Mandanten „schnellstmöglich, mit dem geringsten Risiko und zu den niedrigsten Kosten von A nach B zu bringen“⁵, damit dieser seine unternehmerischen Ziele erreichen kann. Deshalb lege man in seiner Kanzlei Wert auf ein Bündel breit gefächelter Fähigkeiten und Kompetenzen: auf das Wissen, die Erfahrung, hohe berufsethische Maßstäbe, auf die Fähigkeit die spezifischen Mandantenbedürfnisse aufzuspüren, sie zu verstehen, Expertenwissen und gesammelte Erfahrungen zur erfolgreichen Umsetzung von Projekten praktisch anzuwenden sowie insbesondere auch auf eine „gute Kommunikation“ mit den Auftraggebern.

2 Aus textökonomischen Gründen wird in der vorliegenden Arbeit auf die Nennung der weiblichen Form verzichtet und soweit möglich eine geschlechtsneutrale Formulierung gewählt. Nur wenn keine geschlechtsneutrale Formulierung zutrifft, wird auf die männliche Form zurückgegriffen, wobei stets beide Geschlechter gemeint sind.

3 Im Internet findet man unter dem Stichwort „German Desk“ eine ganze Reihe solcher Anlaufstellen im europäischen und außereuropäischen Ausland – sowohl als Service-Angebot der so genannten „Big Four“, als auch kleinerer Wirtschaftskanzleien.

4 E-dziennik Gazeta Prawna 19. Februar 09 (nr 35): <http://edgp.gazetaprawna.pl/index.php?act=mprasa&sub=article&id=227371>, abgerufen am 26.03.2009

5 E-dziennik Gazeta Prawna 19. Februar 09 (nr 35): <http://edgp.gazetaprawna.pl/index.php?act=mprasa&sub=article&id=227371>, abgerufen am 26.03.2009

Was wir uns unter „guter Kommunikation“ auf dem Gebiet der Steuerberatung vorzustellen haben, nimmt, eingegeben in die „Google“-Suchmaske, weitere konkrete Züge an. Viele in Deutschland ansässige Steuerberatungskanzleien werben gezielt mit dem Etikett „gute Kommunikation“ und füllen es dennoch mit unterschiedlichen Bedeutungen. Einige Beispiele von Internetauftritten – das Internet gehört neben der Mundpropaganda zu den wichtigsten Werbeträgern in der Branche (Mönnighoff, 2007, 23) – mögen dies veranschaulichen:

Diese Kanzlei weist „guter Kommunikation“ folgende Bedeutung zu:

Das Verhältnis zwischen Steuerberater und Mandant soll von Vertrauen getragen sein, dem Wahrnehmen der Person des Mandanten und seiner persönlichen Situation und von fachlich hochwertiger Beratung durch den Berater. Der Schlüssel ist eine gute Kommunikation. Man muss sich verstehen und darf nicht an einander vorbeireden. Alles muss angesprochen werden dürfen...⁶

„Gute Kommunikation“ wird hier demnach gleichgesetzt mit dem Bemühen, einander zu verstehen und gegenseitiger Offenheit, die es ermöglicht, im Beratungsprozess auch schwierige Themen anzusprechen, was dabei hilft ein Vertrauensverhältnis zwischen Mandanten und Berater aufzubauen. Ähnlich argumentiert auch der folgende Anbieter von Steuerberatungs-Dienstleistungen:

Was für Ihren Erfolg wichtig ist: Vertrauen, gute Kommunikation und ein Steuerberater, der auf dem Laufenden ist. Denn nur, wenn wir vieles von Ihnen wissen, können wir viel für Sie tun.

„Gute Kommunikation“ schafft nicht nur Vertrauen, sondern gewährleistet laut dieser Werbebotschaft gleichzeitig den Zugang zu Informationen, die den Beratungsgegenstand für den Steuerberater transparent machen und ihm dabei helfen, alle Handlungsmöglichkeiten, die zur Verfügung stehen, auszuschöpfen.

Mit rein organisationspraktischen Überlegungen verbindet folgende Steuerberatungskanzlei das Attribut „gute Kommunikation“:

Keine gute Beratung ohne gute Kommunikation. Das ist unsere Philosophie. 6 Telefonleitungen für 10 Personen sollten dieses gewährleisten können. Erreichbarkeit ist Trumpf. Mandantenwünsche werden zeitnah erledigt. Korrespondenzen, Rechtsmittel, Notariate dulden keinen Aufschub. Ein Fristenkalender wird durch zeitnahe Arbeiten nahezu entbehrlich. Der Rückruf am gleichen Tag ist selbstverständlich. Wochenlang im Voraus ausgebuchte Termine sind tabu.⁷

Diesem Steuerberatungsteam wiederum ist es wichtig, dem Mandanten zu versichern, dass es, im Moment da Beratungsbedarf entsteht, alle technischen Ressourcen einsetzt, um ihn umgehend zu bedienen. „Gute Kommunikation“ wird hier weitgehend mit physischer Erreichbarkeit gleichgesetzt.

Und das letzte Beispiel eines Werbeauftritts aus dem Internet, das noch andere Nuancen von „guter Kommunikation“ ins Spiel bringt:

6 <http://www.sabrowski.eu/>, abgerufen am 02.05.2009

7 <http://www.berlinsteuerberater.de/unternehmensberatung/finanzberatung/philosophie.html>, abgerufen am 02.05.2009

Wir fördern die Kommunikation
 Wir hören Ihnen zu
 Wir nehmen uns Zeit für Sie
 Wir sind für Sie da, wenn Sie uns brauchen
 Wir sind eine mittelgroße Kanzlei mit Sitz in Köln. Wir sprechen die Sprache unserer Stadt und bekennen uns zu unserer Region, in der persönliche Kommunikation und Natürlichkeit im Umgang miteinander viel bedeuten. Gute Kommunikation ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor unserer Kanzlei. Wir sind für Sie da, wenn Sie uns brauchen. Wir orientieren uns daran, wann Sie erreichbar sind und wenn Sie Ihre Fragen vielleicht auch außerhalb normaler Zeiten stellen wollen. Wir hören Ihnen zu, wenn es darum geht, den Dingen auf den Grund zu gehen, um erst dann eine fundierte Entscheidung zu treffen.⁸

Neben den Aspekten des Gut-Zuhören-Könnens und der zeitlichen Flexibilität für die Anliegen der Mandanten wird das Kommunikationsmittel Sprache hier ausdrücklich als identitäts- und damit vertrauensstiftend gekennzeichnet. „Gut“ ist die Kommunikation vonseiten der Steuerberater deshalb, weil sie der lokalen Mentalität des Miteinander-Redens entspricht, vielleicht auch – dies ist soweit Spekulation, doch aber nahe liegend – weil man in der Kanzlei Kölner Dialekt spricht und deshalb für die Mandanten als jemand der „ihren“ betrachtet wird.

Ich fasse bis hierhin kurz zusammen und entwickle dann im Rückgriff auf die ausgangs genannten Beispiele die beiden Hauptanliegen der vorliegenden Arbeit:

1. Der Bedarf an Dienstleistungen im Bereich internationaler Steuerberatung ist grundsätzlich abhängig vom Grad wirtschaftlicher Verflechtung zwischen Staaten bzw. Volkswirtschaften. Es gibt (im Zuge der Globalisierung – dem Zusammenwachsen von Wirtschaftssystemen, der Öffnung bisher weitgehend verschlossener bzw. in ihrer Entwicklung gehemmter Volkswirtschaften – eine tendenziell steigende) Nachfrage nach Steuerberatungsdienstleistungen aufseiten deutscher Unternehmen und natürlicher Personen, die grenzüberschreitend Einkünfte erzielen, Umsätze ausführen, ein Gewerbe betreiben, ein Unternehmen, ein Grundstück, eine Immobile erwerben, eine Niederlassung im Ausland gründen etc. Und es gibt ein (tendenziell steigendes) Angebot an Steuerberatern im Ausland, entsprechende Dienstleistungen für deutschsprachige Unternehmen in deutscher Sprache zu erbringen.
2. Einschlägiges Wissen, Wissens- und Erfahrungstransfer, Glaubwürdigkeit, Branchenkenntnis, Bedürfnisantizipation, „gute Kommunikation“ – das sind Attribute, die aus der Perspektive der Steuerberatungsbranche generell als Erfolgsfaktoren auf dem Markt betrachtet werden. „Gute Kommunikation“ zwischen Berater und Mandant wird von in Deutschland ansässigen Steuerberatungskanzleien unterschiedlich besetzt, im Wesentlichen jedoch mit dem aktiven Bemühen um Verständnis für das Mandantenanliegen, mit gegenseitiger Offenheit und Vertrauen sowie physischer Erreichbarkeit des Beraters in Verbindung gebracht.

⁸ <http://www.psbk.de/index.php/content/view/1/2/>, abgerufen am 02.05.2009

1.3 Die beiden Hauptanliegen der Untersuchung

Die Arbeit ist an der Schnittstelle zwischen beruflicher Arbeitswelt, Berufspädagogik, Linguistik und Fremdsprachendidaktik angesiedelt und verfolgt zwei Hauptanliegen:

1. das Ziel der Erhebung und Beschreibung kommunikativer Kompetenzen, die im Berufsfeld der internationalen Steuerberatung benötigt werden und hier „gute Kommunikation“ ermöglichen, und
2. das Ziel der Entwicklung, Erprobung und Evaluierung einer Übungseinheit zur Vermittlung dieser kommunikativen Kompetenzen im Rahmen des fachbezogenen Fremdsprachenunterrichts unter besonderer Berücksichtigung der handlungsorientierten Methode „Fallsimulation“.

1.3.1 Erhebung und Beschreibung kommunikativer Kompetenzen, die im Berufsfeld der internationalen Steuerberatung benötigt werden und hier „gute Kommunikation“ ermöglichen

Janich (2007, 318) stellt im Hinblick auf die Erhebung und Beschreibung kommunikativer Anforderungen aus sprachwissenschaftlicher Sicht folgendes Desiderat fest:

Was bislang jedoch fehlt, ist ein ganzheitlicher Zugang zu einzelnen Tätigkeitsfeldern oder Berufen, der sowohl die mündlichen und schriftlichen Kommunikate als auch sämtliche damit verbundenen Tätigkeiten in den Blick nimmt und aus einer sprecherbezogenen Perspektive unter dem Aspekt der kommunikativen Anforderungen und der daraus abzuleitenden notwendigen kommunikativen Kompetenz betrachtet.

Die vorliegende Arbeit versteht sich als ein solcher Beitrag zur Erhebung von sprachlich-kommunikativen Anforderungen und Kompetenzen in Berufsfeldern, in denen Deutsch- und Deutschland-bezogenes Expertenwissen gefragt ist. Im Fokus der Untersuchungen steht der Handlungs- und Kommunikationsraum „internationale Steuerberatung“. Untersucht wird im ersten Teil der Ausführungen, was Nicht-Muttersprachler im Umgang mit deutschen bzw. deutschsprachigen Mandanten in ihrem beruflichen Alltag als Steuerberater tun, welche sprachlich-kommunikativen Aufgaben und Probleme sie hier zu bewältigen haben. Folgenden übergeordneten Fragen soll dabei nachgegangen werden:

- 1) Wie sieht der Kommunikationsraum „internationale Steuerberatung“ von innen aus – wer kommuniziert hier mit wem zu welchem Zweck, in welchem Umfang, über welche Kanäle, unter welchen Bedingungen und worüber?
- 2) Welche sprachlich-kommunikativen Aufgaben werden Nicht-Muttersprachlern abverlangt, die Steuerberatungsdienstleistungen für deutsche Mandanten erbringen und welche spezifischen kommunikativen Kompetenzen lassen sich hieraus ableiten, die zur Bewältigung dieser Anforderungen erforderlich sind?

Die beiden Ausgangsbeispiele vom Künstler und der Messegesellschaft geben uns bereits einen Vorgeschmack auf die Vielfalt der Akteure im Handlungs- und Kommuni-