

Ausgabe 3 - 2006

GHPublic

GEMEINSAM FÜR IHRE ZUKUNFT

Inhalt

- Genie und Wahnsinn - Wer tickt richtig?
- GHP Praxis: Leser fragen - GHPublic antwortet
- Neu: Alle Ausgaben der GHPublic 24 Stunden am Tag
- Boule bei hitzigem Gewitter
- Ein Samstag in Familie...
- So werden wir leben - Deutschland & Europa 2020
- „Fange nie an aufzuhören, höre nie auf anzufangen.“
- Sportsponsoring - Plötzlich kennt Sie jeder
- GHP - Fachliche Kurznachrichten
- „Wir sollten uns davor fürchten, uns nie zu verändern“
- Personalberater mit Gefühl für die „soft facts“
- Das Team ist der Star
- GHP - Kurios



Genie und Wahnsinn - Wer tickt richtig?

Grigori Perelman hat möglicherweise eines der schwierigsten Probleme der Mathematik gelöst. So schwierig, dass manche den Russen für den „intelligentesten Menschen der Welt“ halten. Die Pioncaré-Vermutung - ein geometrisches Problem - zu beweisen, galt als eine der größten Herausforderungen der Mathematik. Für die Lösung des Problems könnte er die von der amerikanischen Clay-Stiftung ausgelobte Belohnung von einer Million Dollar erhalten. Doch Geld und Ruhm bedeuten Perelman nichts: Auf dem Internationalen Mathematikkongress ICM 2006 in Madrid, wo Perelman eine der berühmten Fields-Medaillen verliehen bekommen sollte, glänzte er durch Abwesenheit.

Es erscheint wirklich undenkbar, dass ein Mensch eine große Leistung vollbringt, ohne das Ziel zu hegen, anschließend damit Kasse zu machen. Die Diskussionen und die Schlagzeilen in den Medien zeigen, dass dieser Akt nicht in die Wertvorstellungen unserer heutigen Gesellschaft zu passen scheint. Anscheinend kann sich niemand in Perelman hinein versetzen.

Was aber macht Grigori Perelman sympathisch für den durchschnittlichen Nichtakademiker? Sicher nicht seine außerordentliche Begabung für Mathe. Sondern eher die Konzentration auf das Wesentliche - der vollständige Wegfall akademischer PR- und Kapitalbeschaffungs-Slogans. Er ist eine aussterbende Spezies der akademischen Klasse, die in der Lage ist, mit A4 Block, Bleistift und herausragender Mathematik Lösungen zu erreichen, und zwar offenbar nur um der Lösung willen.

Die Gründe für seine asketische Haltung kennt letztendlich nur er. Für viele Menschen stellt sich die Frage, warum Perelman das in Aussicht gestellte Preisgeld nicht an eine gemeinnützige Stiftung weitergibt? Aber auch darüber werden wir keine endgültigen Schlussfolgerungen ziehen können, da niemand außer ihm seine Motive kennt.

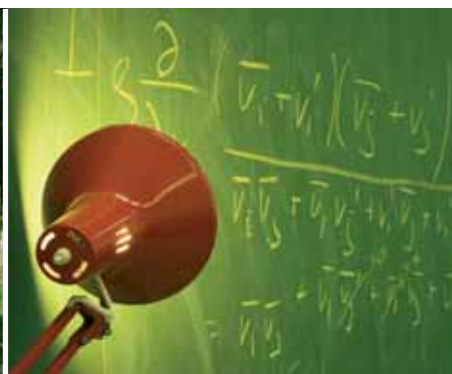
In diesem Sinne ist Grigori Perelman ein wenig auch Vorreiter der Szenarien der Z-Punkt GmbH aus Essen. In ihren Zukunftsszenarien „So werden wir leben – Deutschland & Europa 2020“ betrifft ein Aspekt genau diese, wieder neu



entdeckten, Wertvorstellungen. Einfach die Vorstellung, dass die Menschen ihr Schicksal und ihr Leben wieder selber in die Hand nehmen, ohne ständig jemand anderen für ihre Lebenssituation oder deren Zukunft verantwortlich zu machen, hat doch etwas für sich. In der Rubrik „GHP - Im Gespräch“ haben wir diesmal bei der AVP-Agentur für visionäres Personalmanagement nachgefragt, ob Personalberater auch für mittelständische Unternehmen zur Personalauswahl herangezogen werden sollten. Um verschiedene Beispiele zur Mehrwertsteuererhöhung ab dem 1. Januar 2007 geht es in unserer Leserrubrik GHPPraxis. Wir wurden unter anderem gefragt, wie man Bestellungen aus dem Jahr 2006 versteuert, die man erst 2007 ausliefert.

Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre und denken Sie immer mal wieder daran, auch in sich selbst das Genie zu wecken – auch wenn es nicht gleich mit der Lösung eines hohen mathematischen Problems verbunden ist.

Ihr Bernd Nowack und Marc Tübben



Ihre Frage

Zum 1. Januar 2007 wird die Umsatzsteuer von zurzeit 16% auf 19% erhöht. Was bedeuten diese Erhöhungen für den Endverbraucher oder für den Unternehmer und welche Bereiche des täglichen Lebens sind davon betroffen? Was muss ich beachten, wenn ich Bestellungen aus dem Jahr 2006 erst in 2007 ausliefern oder erhalte?

Unsere Antwort

Alle Endverbraucher und nicht zum Vorsteuerabzug berechnete Unternehmer sind die Leidtragenden der Erhöhung.

Alle zum Vorsteuerabzug berechtigten Unternehmer lassen sich die in Rechnung gestellte Umsatzsteuer vom Finanzamt in Form der Vorsteuer zurückerstatten. Dadurch stellt die Umsatzsteuer für sie einen durchlaufenden Posten dar.

Da die Umsatzsteuererhöhung zum 1. Januar 2007 in Kraft tritt, müssen ab diesem Zeitpunkt die Umsätze mit dem neuen erhöhten Steuersatz von 19% belegt werden.

Maßgebend für die Anwendung des neuen Steuersatzes ist nicht der Zeitpunkt der vertraglichen Vereinbarung oder der Zeitpunkt an dem das Entgelt vereinnahmt wird, sondern der **Zeitpunkt, an dem der jeweilige Umsatz ausgeführt wird.**

■ *Unser Beispiel*

Im November 2006 verkauft ein Küchenstudio an einen Privatkunden eine Küche für 10.000 Euro netto. Allerdings wird die Küche erst im Januar 2007 ausgeliefert. Die Küche wird mit 19% versteuert, da die Lieferung erst im Jahr 2007 erbracht wird.

Geld sparen lässt sich unter anderem dadurch, dass man erbrachte Teilleistungen schon 2006 abrechnet. Für die Anwendung der Umsatzsteuer in Höhe von 19% kommt es bei der Abrechnung von Teilleistungen nicht auf den Zeitpunkt der Gesamtleistung an, sondern darauf, wann die einzelnen Teilleistungen ausgeführt werden.

Vor allem als Hauseigentümer oder Bauherr empfiehlt es sich bei Arbeiten, die bereits in diesem Jahr begonnen wurden und sich noch bis ins nächste Jahr fortsetzen werden, noch in diesem Jahr Teilleistungen abzurechnen.



■ *Unser Beispiel*

Ein Hausbesitzer beauftragt einen Fliesenleger, mehrere Bäder in seinem Mehrfamilienhaus zu fliesen. Die Arbeiten am ersten Bad werden noch im Dezember 2006 abgeschlossen, abgenommen und abgerechnet. Die anderen Bäder werden erst im Jahr 2007 fertig gestellt.

Die Teilleistung, also die Fertigstellung des einen Bades, die im Dezember 2006 erbracht wurde, ist mit einem Steuersatz von 16% zu versteuern. Die Teilleistung, die erst 2007 zum Abschluss kommt, muss mit 19% versteuert werden.



Neu: Alle Ausgaben der GHPublic 24 Stunden am Tag

Mit unserer Zeitschrift GHPublic bieten wir viermal jährlich Informationen zur aktuellen Situation im Bereich der Steuer- und Unternehmensberatung.

Gut recherchierte Fachartikel, Hintergrundberichte aus Praxis und Entwicklung, wichtige Informationen aus unserem Hause sowie allgemeine Themen geben Mandanten und Geschäftsfreunden aktuelle Einblicke.

Seit August können Sie in der GHPublic nun auch ganz in Ruhe und jederzeit im Internet stöbern.

Unter www.ghpublic.de finden Sie die aktuelle Ausgabe der GHPublic und ein Archiv mit den älteren Ausgaben. Zudem finden Sie wie gewohnt auf unserer Website www.g-h-p.de weitere Hintergrundinformationen zu den Artikeln des Magazins.

Somit steht Ihnen die GHPublic als zuverlässige Informationsquelle zur Verfügung. Interessiert? Dann laden Sie sich die aktuelle Ausgabe der GHPublic als PDF-Dokument herunter oder stöbern Sie in unserem Archiv in den Ausgaben der Vergangenheit.



Haben Sie Fragen oder Anregungen? Dann schreiben Sie einfach an

redaktion@ghp-meissen.de.

Boule bei hitzigem Gewitter

Können Sie sich noch an den Juli erinnern? Sicherlich: man wollte keinen Schritt zu viel tun, wenn man sich denn überhaupt schon bewegen musste.

Die Wasserflaschen waren ständig leer oder noch nicht auf die nötige Trinktemperatur heruntergekühlt. Und die Schweißperlen auf der Stirn verschwanden allerhöchstens nachts, wenn man ruhig in seinem Bett lag.

Genau zu dieser Zeit sollte bei Grüter · Hamich & Partner in Duisburg das alljährliche Boule-Turnier ausgetragen werden.

Die erste Boule-Runde durfte sogar noch unter freiem Himmel stattfinden. Zwar nicht wie gewohnt bei strahlendem Sonnenschein, sondern eher bei immer

bedrohlicher aussehenden Wolkenbergen. Aber immerhin draußen. Danach kam dann auch erst einmal das kühlende und ziemlich heftige „Nass“ über uns. Anstatt einer zweiten Runde Boule spielten wir eine Runde Pool-Billard in den Räumen des Tennisclub Asberg. Die dritte Boule-Runde zum Ermitteln der Sieger, konnte sogar wieder unter freiem Himmel gespielt werden.

Den ersten Platz holten sich Ralf van gen Hassend und Katharina Krein. Auf dem zweiten Siegertreppchen standen Sven Hageböcker und Sven Greutelaers und den dritten Siegerplatz teilten sich Bernd Nowack und Günter Schilling. Wie immer ermittelten wir auch den „ersten Verlierer“. Den Trostsiegesplatz teilten sich Sabine Hagedorn und Denise Grüter.



Ein Samstag in Familie...

„Auf ein Neues“, hieß es auch 2006, als die Meißner Kanzlei von Grüter·Hamich & Partner ihren dritten GHP-Familientag auf dem Ratsweinberg durchführte.

Alle Mandanten, Geschäftsfreunde, Mitarbeiter und deren Angehörige waren eingeladen, einen unvergesslichen und unterhaltsamen Familientag in Meißen mitzuerleben.

Unvergesslich fing der Familientag schon morgens an: die Vorbereitungen für den Nachmittag fielen buchstäblich mit einem gewaltigem Gewitterguss ins Wasser. Leider fiel dabei unser Festzelt ebenfalls fast dem Wasser zum Opfer.

Aber eben nur fast... Mit tatkräftiger Hilfe aller Meißner-Mitarbeiter und vieler Familienangehöriger haben es die Meißner geschafft bis 14 Uhr alles doch noch ins rechte Licht zu rücken. Diese Mühen musste natürlich auch der Wettergott belohnen und so zeigte sich der Nachmittag von seiner strahlendsten Seite.

An die kleinen Besucher haben wir natürlich auch gedacht. Das Museum Unterwegs e.V. war wieder mit verschiedenen Bastel-Ideen zur Stelle. Unter dem Motto „SINNSalabim“ konnten die Kinder Herausforderungen mit ihren fünf Sinnen bestehen und zum Beispiel aus verschiedenen Flaschen Kostproben von Flüssigkeiten erraten.

Als kleine Erinnerung an diesen Familientag bei Grüter·Hamich & Partner formten die Kinder unter Anleitung von Grit Raupp Filzbälle, die sie mit nach Hause nehmen konnten.

Für unsere großen Gäste ließen wir den Familientag etwas gemütlicher angehen: begonnen haben wir mit Kaffee und Kuchen, genossen dann eine Weinprobe mit Jürgen Zuschke vom Sächsischen Weinbauverband und schlossen den Abend in gemütlicher Runde bei einem genusslichen Grill-Angebot ab.



Um den „Bewegungsdrang“ unserer kleinen Gäste kümmerten wir uns mit einem sportlichen Parcours. Hier mussten verschiedene sportliche Höchstleistungen im Eierlaufen, Socken-Ball-Zielwurf, Torwandschießen etc. erbracht werden.



So werden wir leben

Deutschland und Europa 2020 – Ein Zukunfts-Szenario – Teil III



Szenario IV – Schwarm-Gesellschaft

Die klassische Kleinfamilie bleibt das Modell, an dem sich die meisten orientieren. Doch es wird immer seltener erreicht. Eine Vielfalt familiärer, pseudo- und postfamiliärer Lebensformen hat sich entwickelt. Soziologen haben etwa 900 haushaltsbezogene Gemeinschaftsformen identifiziert. Wahlverwandtschaften ersetzen Blutsverwandtschaften. Kinder spielen mit ihren Halb-, Stief- und Wahlgeschwistern.

Trotzdem könnte 2020 eine Trendwende erreicht sein: Die Beziehungen halten wieder länger. Vielleicht gerade weil sie nicht mehr so zementiert erscheinen wie früher. Man befindet sich eine Zeit lang auf gleichem Kurs und bewegt sich, ohne die eigene Selbständigkeit aufzugeben, im Schwarm der Wahlverwandtschaften, die sich durch Sympathien, Lebensumstände und gemeinsame Interessen gefunden haben.

Wie in den privaten Beziehungen hat auch im Geschäftsleben die

Schwarm-Metapher das Bild des Netzwerkes abgelöst. Netzwerk klingt in den Ohren der Menschen von 2020 fürchterlich technisch und starr. Das Wort Schwarm hingegen verheißt die volle individuelle Beweglichkeit und zugleich die Fähigkeit, nahezu instinktiv gemeinsam zu handeln – aus der kollektiven Intelligenz heraus. Erfolgreiche Unternehmen definieren sich als Schwärme von Mitarbeitern, die durch gemeinsame Leitbilder zusammen und auf Kurs gehalten werden. Die Saurier des Industriezeitalters, die Großkonzerne, sterben aus. Allerdings sehr, sehr langsam.

Aspekte - Die Kinder der Netzwerkkinder



Wie lauteten noch gleich, so um das Jahr 2002 herum, die soziologischen Etiketten, die der damaligen Jugend, den Kindern der digitalen Revolution, angeheftet wurden?

Pragmatisch, unideologisch, individualistisch in Denken und Aussehen, aber kooperativ und verbindlich im Sozialen sollten sie sein. Aufstiegs-, bildungs- und leistungsorientiert, gesellschaftlich aktiv, aber desinteressiert an Politik – eine Generation der Selbstermacher, die vor allem eines gut

beherrschte: Networking. Inzwischen sind aus den Netzwerkkindern selbst Eltern geworden. Und welche Situation hat ihr Nachwuchs vorgefunden? Auch um das Jahr 2020 hat sich der Trend zur Ein- oder Zwei-Kind-Familie fortgesetzt. Mit Ausnahme der Familien nichtdeutscher Herkunft, die allerdings ebenfalls immer weniger Kinder bekommen, aber vielfach noch vom Ideal der Großfamilie geprägt sind. Zuwanderer und ihre Nachkommen stellen inzwischen mehr als die Hälfte der Großstadteinwohner unter 40 Jahren. Immer mehr deutsche Kinder werden mittlerweile ohne Geschwister groß. Außerdem haben sie gleich mehrere leibliche und nichtleibliche Eltern - soziale Eltern, die sie großziehen. Es sind in der Regel Wunsch Kinder, wobei ihre Eltern sie in immer höherem Alter bekommen, sich dann aber umso intensiver um sie kümmern.

Die Erziehungsschere geht indes immer weiter auf: auf der einen Seite die kleinen Mittelschichts-Prinzen und -Prinzessinnen, deren Eltern nichts unversucht lassen, die Talente ihrer Lieblinge zu entfalten. Auf der anderen Seite stehen die Kinder bildungsferner Schichten, die entweder völlig unpädagogisch verwöhnt oder vernachlässigt groß werden.

Doch schon vor 15 Jahren wurde damit begonnen, das Schulsystem grundlegend zu reformieren. Oberste Maxime: Der Nachwuchs wird als wertvolle Ressource wahrgenommen und gut ausgebildet.

Neue Schulfächer wie Gesundheit und Ernährung, aber auch Selbstmanagement stehen auf dem Lehrplan. Mehrsprachigkeit von der ersten Klasse an ist eine Selbstverständlichkeit. Als fächerübergreifende Bildungsideale werden aber auch Herzensbildung und Originalität gefördert.

Unvorstellbar, dass vor 20 Jahren Ganztagschulen noch die Ausnahme waren. Die ehemaligen Netzwerkkinder, die heutigen Eltern haben endlich die Notbremse gezogen und ihre Interessen konsequent durch- und umgesetzt.

Aspekte – Schwärmende Unternehmen



Unsere Leitbilder haben sich radikal gewandelt. Früher dachte man mechanistisch und wollte Organisationen wie Uhrwerke managen. Exakt und im Takt. Die Netzwerkkinder dachten dagegen eher soziotechnisch. Unter ihrer Führung flachten Hierarchien ab, es wurden ganze Managementebenen eingedampft und auf technisch hoch gerüstete Teams gesetzt.

Die Idee der Vernetzung hatte eine ganze Generation verzaubert. Alles wurde mit allem vernetzt. Damit nahmen aber auch die Abhän-

gigkeiten zu – interne wie externe. Und die mit der Vernetzung verbundene Zunahme an Komplexität hat im Rückblick nur selten zu mehr Effizienz geführt: Netzwerk-Organisationen steigerten den Abstimmungsbedarf und waren damit extreme Zeitfresser (Wozu muss ein Mensch 600 E-Mails am Tag bekommen?). Zudem neigten sie zu diffusen Verantwortlichkeitsverhältnissen, was ihre Leistungsfähigkeit deutlich einschränkte. Letztendlich nahmen die Schnittstellen-Probleme in der Netzwerk-Wirtschaft überhand und waren auch mit künstlicher Intelligenz nicht in den Griff zu bekommen.

Seit einiger Zeit denken wir nun soziobiologisch und managen nach Schwarm-Logik. Führung ist Strategiearbeit. Die operativen Handlungskompetenzen der einzelnen Mitarbeiter haben massiv zugenommen. Im Grunde sind wir kein Unternehmen im klassischen Sinn mehr, wir sind ein Schwarm von unternehmerisch handelnden Individuen, die sich über strategische Ziele koordinieren.

Wir denken extrem kleinteilig und situativ. Kooperationen werden nicht mehr unternehmensweit gesteuert, sondern finden ständig auf der Mikro-Ebene statt – die Mitarbeiter entscheiden selbst darüber. Die Grenzen zwischen den Unternehmen, den Kunden und den Geschäftspartnern sind unübersichtlich geworden.

Damit umzugehen verlangt ein extrem hohes Maß an Selbstver-

antwortung und Selbstorganisation.

Obwohl wir heute wieder sehr stark auf die entwickelten Fähigkeiten der Einzelnen setzen, statt uns in Teams zu behindern, lebt im Unternehmen tatsächlich so etwas wie ein kollektives Bewusstsein. Die Bereitschaft, im Sinne des Unternehmens als Kollektiv zu handeln, ist trotz des erheblichen Leistungsdruckes erstaunlich entwickelt. Die Mitarbeiter sind sehr professionell geworden, sie erwarten im Job keine soziale Wärmflasche, sondern wollen Effektivität. Denn nur die schafft ihnen die Freiräume, die sie in ihrem Leben brauchen. Ganz im Sinne des Schwarm-Paradigmas finden Abstimmungen nur noch zwischen den Leuten statt, die es tatsächlich betrifft und die konkret etwas zur Aufgabenstellung beizutragen haben. Für die großen Runden von früher ist wenig Bedarf – und man sieht auch keinen echten Nutzen darin.

Szenario V – Unüberwindliche Ungleichheiten



Trotz aller positiven Entwicklungen bleiben Widersprüche und gravierende strukturelle Unterschiede bestehen, nicht nur weltweit zwischen den dynamischen Regionen

und den noch immer armen Entwicklungsländern. Auch in Europa ist die Kluft zwischen den weitgehend entsiedelten Landschaften im Osten und Süden und den Boom-Regionen entlang der Küsten, um die großen Agglomerationen und im europäischen Kernland von London über Amsterdam und die Rhein-Schiene bis nach Mailand unübersehbar.

Zudem stehen den Gewinnern der Wissensgesellschaft die Verlierer gegenüber: Menschen, die die Veränderungen nicht mitmachen können oder wollen. Und trotz anhaltendem moderaten Wachstums reicht die europäische Wirtschaftskraft nicht für den Ausgleich der Unterschiede. Außerdem sinkt trotz Zuwanderung um 2020 die europäische Bevölkerungszahl. Aber immerhin – und erstmals für eine eigentlich nur in der Expansion funktionierende Marktwirtschaft – ist es in Deutschland und Europa gelungen, den Kurs eines Smart Shrinking einzuschlagen, einer intelligenten Erneuerung trotz alternder und schrumpfender Bevölkerung.

Aspekte – Neue deutsche Welle: Anpacken wird Kult



Am Ende hat die Love-Parade nur noch ein paar hundert Alt-Raver

auf die Straßen der Hauptstadt gelockt. Love ohne Ziel, feiern ohne Folgen, Selbstinszenierung als Hobby – das mobilisiert heute keine Massen mehr. Für die neue Generation bedeutet Spaßgesellschaft, etwas konkret zu bewirken, in der Gruppe, in der Stadt, im Unternehmen, für das ganze Land. Selbst organisiert, ideologiefrei, pragmatisch und aktiv sind die Jungs und Mädels. Sie verbessern, was sie stört, ohne auf Erlaubnis zu warten.

Das selbstmitleidige Dauerlamentieren der (Eltern-)Generation Golf kommt ihnen schon lange zu den Ohren raus. Und die immer noch umherspukenden Sozialträumereien der 68er-Opas sind ihnen erst recht fremd.

Es geht heute kaum mehr um Solidarität, sondern um Herstellung von individuellem Sinn mittels kollektiver Aktionen. Es geht auch nicht mehr um Karriere, sondern um die Erweiterung von persönlichen Handlungsräumen. Und es geht schon gar nicht um kühne Visionen, sondern um das unmittelbare Spüren und Manipulieren der Wirklichkeit.

So kann es schon passieren, dass sich plötzlich einige hundert Leute in der Cottbusser Innenstadt versammeln um mal eben einen öffentlichen Platz neu zu gestalten. Erst schaffen, dann diskutieren. Cool ist, wer im Land etwas bewegt, für sich und für andere. Diese neue deutsche Welle sieht den Staat nicht mehr als Versiche-

rungsunternehmen. Sie verlangt von ihm ein professionelles Management öffentlicher Aufgaben, setzt aber sonst vor allem auf sich selbst. Und diese Welle schwappt zwangsläufig auch in die Unternehmen hinein, bringt die Führungselite unter Druck.

Tatsächlich scheint sich im Land ein Kulturwandel anzubahnen. Experimente werden aufmerksam begleitet. Scheitern gehört zum Geschäft. Echte Wirtschaftswunder werden keine erwartet, aber die Dynamik von unten ist deutlich spürbar. Die Führungselite ist verunsichert und neigt reflexartig zum Bremsen, um dann schließlich doch mitzusurfen.

Die Stimmung ist gut, auch wenn die Leute unterbewusst spüren, dass sie gar keine Alternative zum Anpacken haben.



Kontakt

Z-Punkt GmbH
The Foresight Company
Klaus Burmeister
Zeche Zollverein
Bullmannaue 11
45327 Essen

Telefon 0201-747270
Telefax 0201-7472722
Internet www.z-punkt.de
E-Mail mailto@z-punkt.de

„Fange nie an aufzuhören, höre nie auf anzufangen“



■ Christina Hölscher

GHPublic: *Warum wurden Sie Steuerberaterin?*

Christina Hölscher: In Deutschland verfügt der Gesetzgeber über viel gestalterisches Können beim Schaffen neuer, leider nicht einfacherer steuerlicher Bestimmungen. Es gibt wenig krisenfestere Berufe als den des Steuerberaters.

GHPublic: *Was bedeutet für Sie eine „gute Dienstleistung“?*

Christina Hölscher: Unserem Anspruch auf qualitativ hochwertige

Leistung vom kleinsten Sachverhalt bis zu komplexen umfangreichen Steuerfällen gerecht zu werden und den Mandanten erkennen zu lassen, dass für sein Beratungsteam keine seiner Fragen unbedeutend ist.

GHPublic: *Was motiviert Sie besonders?*

Christina Hölscher: Mit einem engagierten Team scheinbar aussichtslose, schwierige Sachverhalte zu einem gelungenen Abschluss zu bringen.

GHPublic: *Was freut Sie besonders?*

Christina Hölscher: Wenn ich Menschen helfen konnte, sie mit mir und meiner Arbeit zufrieden sind und meine Leistung anerkennen. Selbstverständlich freut es mich auch besonders, wenn es allen Menschen die mir wichtig sind gut geht.

GHPublic: *Was ärgert Sie besonders?*

Christina Hölscher: Gleichgültigkeit, Ungerechtigkeit, Unfreundlichkeit, Inkonsequenz und Faulheit.

GHPublic: *Wie genießen Sie Ihre Freizeit?*

Christina Hölscher: Am liebsten bei einem Ausritt durch Wald und Feld zusammen mit meinem Mann, unseren Pferden und unserem Hund. Ich entspanne mich aber auch gern mit Gartenarbeit, Heimwerken und Lesen.

GHPublic: *Wie lautet Ihr Lebensmotto?*

Christina Hölscher: Fange nie an aufzuhören, höre nie auf anzufangen.

GHPublic: *Wo möchten Sie in fünf Jahren sein oder was möchten Sie in fünf Jahren machen?*

Christina Hölscher: Eigentlich da, wo ich jetzt bin. Ich möchte auch das Gleiche tun, zusammen mit Menschen, die mir etwas bedeuten. Und ich hoffe, dass wir dann auch noch alle gesund sind.



Sportsponsoring – Plötzlich kennt Sie jeder

Der Sommer 2006 war wieder einmal ein Sport-Sommer: Fußball-WM in Deutschland, Tour de France und die Reit-WM in Aachen. Sport ist ein Massenphänomen und vermag Grenzen, Sprachen und Kulturen zu überbrücken. Aber Sport ohne Sponsoring ist heute undenkbar. Der Leistungssport braucht die finanzielle Unterstützung der Wirtschaft. Und Sportsponsoring hat in den letzten Jahren als ein zusätzliches Kommunikationsinstrument im Marketing-Mix vieler Unternehmen erheblich an Bedeutung gewonnen.



Diese Brücke zwischen Sport und Wirtschaft schafft die „Duisburger Sporthilfe e.V.“, die im Jahr 1989 zum Zweck der Förderung von talentierten und leistungswilligen Sportlern gegründet wurde.

Die lokale Ebene, die Keimzelle des Spitzensports, braucht heimische Unternehmen, die helfen, dem Anspruch „Förderung des Duisburger Sports“ gerecht zu werden.

Es müssen nicht immer die großen Unternehmen und die großen Sportveranstaltungen sein, die sich im Rahmen eines Sponsorings zusammensuchen. Regional tätige Unternehmen sollten ihr Sponsoring auf ihre Region ausrichten, das hilft bei der emotionalen Verankerung in der Zielgruppe.

Auch dieses Jahr feiert die Duisburger Sporthilfe einen Ball zu Ehren des Duisburger Sports und ihrer Sportler. Eine gute Gelegenheit, Nähe zum Sport zu zeigen.

Es wurde ein aufregendes Programm zusammengestellt, bestehend aus Spannung, Akrobatik, Magie und vor allem Livemusik. Die Bunte Mischung des Programms und die sorgfältig ausgewählten Künstler werden auch dieses Jahr garantiert für gute Stimmung sorgen.

Zum Ball der Sporthilfe sollte man sich seine Karten rechtzeitig sichern. Letztes Jahr tanzten 400 Gäste durch die Nacht und amüsierten sich bestens, denn die Sporthilfe stellte für ihren Ball in der Rheinhausenhalle ein attraktives Programm zusammen.



**Grüter·Hamich & Partner
mal ganz anders -
„Ball der Sporthilfe 2006“**

Am 04. November 2006 lädt die Duisburger Sporthilfe in Kooperation mit Grüter·Hamich & Partner zum „Ball der Sporthilfe“ ein.

Grüter·Hamich & Partner – mal ganz anders, feiert mit allen Sportfreunden einen amüsanten Abend zugunsten der Duisburger Sporthilfe.

Neben einem attraktiven Unterhaltungsprogramm mit namhaften Künstlern und jungen Talenten spielt der „Giants Club“ spritzige Coverversionen bekannter Ohrwürmer.

**4. November
2006
ab 19:00 Uhr**



*Wir würden uns freuen Sie am Samstag, den **04. November 2006** ab 19:00 Uhr in der Rheinhausen-Halle in Duisburg zum „Ball der Sporthilfe 2006“ begrüßen zu dürfen, um gemeinsam eine Brücke zwischen Wirtschaft und Sport zu schlagen.*

Karten für den „Ball der Sporthilfe 2006“ können Sie für 25,00 EUR pro Person bei der Duisburger Sporthilfe telefonisch unter 0203 - 719499 bestellen.

Kontakt

Duisburger Sporthilfe e.V.
Michael Germ
Akazienstraße 19
47057 Duisburg

Telefon 0203-719499
Telefax 0203-719499

E-Mail
mail@duisburger-sporthilfe.de
Internet
www.duisburger-sporthilfe.de

GHP - FACHLICHE KURZNACHRICHTEN

■ *Begrenzung der 1%-Regelung für Fahrzeuge*

Durch die Gesetzesänderung ist die pauschale Ermittlungsmethode für die private Kraftfahrzeugnutzung (1%-Regelung) nur noch anwendbar, wenn das Kraftfahrzeug zu mehr als 50% betrieblich genutzt wird. Das BMF-Schreiben vom 7. Juli 2006 sorgte hierbei für Klarheit.



Der Umfang der betrieblichen Nutzung ist vom Steuerpflichtigen darzulegen und glaubhaft zu machen. Der Nachweis kann in jeder geeigneten Form erfolgen: Eintragungen in Terminkalendern, Abrechnung gefahrener Kilometer gegenüber Auftraggebern, Reisekostenaufstellungen sowie ande-

re Abrechnungsunterlagen sind geeignet. Wenn man keine entsprechenden Aufzeichnungen zur Hand hat, kann man die überwiegend betriebliche Nutzung durch formlose Aufzeichnungen über einen repräsentativen zusammenhängenden Zeitraum (i.d.R. 3 Monate) glaubhaft machen.

Dabei reichen Angaben über die betrieblich veranlassten Fahrten (jeweiliger Anlass und die dabei zurückgelegte Strecke) und die Kilometerstände zu Beginn und Ende des Aufzeichnungszeitraumes aus.

Wenn sich bereits aus Art und Umfang der Tätigkeit des Steuerpflichtigen ergibt, dass das Kraftfahrzeug zu mehr als 50% betrieblich genutzt wird, kann auf einen Nachweis verzichtet werden. Dies kann angenommen werden, wenn das Kraftfahrzeug für eine durch den Betrieb oder Beruf bedingte typische Reisetätigkeit benutzt wird.

Oder wenn der Steuerpflichtige zur Ausübung seiner räumlich ausgedehnten Tätigkeit auf die ständige Benutzung des Kraftfahrzeuges angewiesen ist (z.B. Taxiunternehmer, Handelsvertreter, Handwerker der Bau- und Baunebenwerke, Landtierärzte).

Wenn der betriebliche Nutzungsumfang einmal dargelegt worden ist, so ist – wenn sich keine wesentlichen Veränderungen in Art oder Umfang der Tätigkeit oder bei Fahrten zwischen der Wohnung und dem Betrieb ergeben – auch für folgende Veranlagungszeiträume von diesem Nutzungsumfang auszugehen.

Haben Sie zu diesem Thema weitere Fragen,

dann beraten Sie unsere Mitarbeiter in den Kanzleien ausführlich.

„Wir sollten uns davor fürchten, uns nie zu verändern“



Im Januar 2000 gründeten Susanne Rettberg und Uwe Kleinert die „Agentur für visionäres Personalmanagement“. Oft beginnt der intensive Dialog mit den Kunden schon bei dem Namen „AVP“. Dies ist von den beiden Gründern durchaus gewollt, denn auf diesem Wege kommt man im Gespräch sehr schnell auf Werte und Einstellungen zu sprechen, die bei einer Zusammenarbeit im Bereich der Personalberatung zwischen Kunde und Berater übereinstimmen sollten.



Das Team von AVP besteht aus Mitarbeiter/innen, die schon über einen längeren Zeitraum miteinander arbeiten. Begonnen hat diese Zusammenarbeit 1995 in einem großen Unternehmen der Telekommunikation. Hier bestand die Möglichkeit, viele neue Themen der Personal- und Organisationsentwicklung aufzugreifen, sie zu konzipieren und umzusetzen.

„Im Arbeits-LEBEN anderer Menschen etwas zu bewirken!“ ist das Motto von AVP. Die Agentur möchte dazu anregen, öfter darüber nachzudenken, welchen Sinn bzw. Nutzen man mit seinem Wirken im Unternehmen und bei den Menschen stiftet. Dabei setzen sie den Begriff „Veränderung“ mit dem Begriff „Weiterentwicklung“ gleich. Getreu dem Spruch von Peter O'Connor: „Wir sollten uns davor fürchten, uns nie zu verändern!“

GHPublic: *Erfolg und Wachstum von Unternehmen hängen entscheidend von der Qualifikation und der Motivation der Mitarbeiter ab. Dem Personalmanagement kommt somit eine wachsende strategische Bedeutung zu. Was bedeutet dies für die Zukunft Ihrer Agentur und für die gesamte Branche der Personalberatung?*

Uwe Kleinert: Jedes ernsthafte Interesse am Mitarbeiter führt zu einer echten Mitarbeiterbindung. Die Keimzelle für Erfolg ist das Vorgesetzten-Mitarbeiter-Verhältnis. Dieses so auszugestalten, dass gegenseitige Wertschätzung vorherrscht, führt zu „Mehr-Leistung“ und zur Bindung an das jeweilige Unternehmen. In unserem Leistungsspektrum bieten wir Trai-

ning, Coaching und Beratung an, um diese Zusammenarbeit auf Basis von Wertschätzungen sicherzustellen. Wir sind der Meinung, dass viel mehr Leistung möglich ist, wenn ordentlich geführt wird und das Thema Führung in den Unternehmen einen höheren Stellenwert bekommt.

GHPublic: *Kann man für seine Attraktivität als Arbeitgeber systematisch etwas tun oder geht es den Mitarbeitern letztendlich nicht doch nur ums Salär?*

Susanne Rettberg: Da alle immer nur vom Geld reden, wenn es um Mitarbeiterbindung und -motivation geht, haben wir in einem Unternehmen folgende Frage gestellt: „Welche Motive haben Sie, in einem Unternehmen zu arbeiten und zu leben und es jeden Tag neu zu wählen?“ Die Ergebnisse deckten sich mit einer anderen repräsentativen Umfrage. An erster Stelle stehen für die Mitarbeiter interessante Aufgaben und Herausforderungen. Sehr hoch

wurde auch das Betriebsklima bewertet, d.h. das Verhältnis zu den Vorgesetzten, Kollegen und die Arbeitsbedingungen. Gerade dieser Punkt ist für mittelständische Unternehmen sehr wichtig, weil sie hier viel zu bieten haben. Natürlich spielt auch Entgeltzufriedenheit eine Rolle, aber nicht unbedingt an erster Stelle.

GHPublic: *Für viele Unternehmen ist Personalmanagement noch ein Fremdwort. Viele weitere Unternehmen verstehen unter Personalentwicklung immer noch die klassische Form von Weiterbildung im Sinne von Trainings und Seminaren. Wie sollte aber eine moderne Personalentwicklung aussehen?*

Uwe Kleinert: Für eine moderne Personalentwicklung ist es immer wichtiger, die einzelnen Arbeitspräferenzen und Potenziale der Mitarbeiter zu erkennen und zu fördern. Welche Stärken haben meine Mitarbeiter und wie kann ich sie nutzen? Wer eignet sich eher für Fach- und Spezialistenauf-



gaben, wer für die Übernahme von Führungsverantwortung? Eine moderne Personalentwicklung hat auf diese Fragen Antworten. Seminare sind ein Mosaikstein. Der für die Personalentwicklung Verantwortliche übernimmt häufig die Rolle eines Coaches und nutzt Instrumente wie z.B. Auswahlverfahren, Einsatz in Projekten, Persönlichkeitsprofile, um Mitarbeiter zielgerichtet zu entwickeln.



GHPublic: 2004 wurde das Wort „Humankapital“ zum Unwort des Jahres gekürt. Für die Jury degradiert der Ausspruch „Humankapital“ nicht nur die Arbeitskräfte in Betrieben, sondern Menschen überhaupt zu nur noch ökonomisch interessanten Größen. Halten Sie dies für berechtigt?

Uwe Kleinert: Nur das Ausrichten an Zahlen führt nicht automatisch zum betriebswirtschaftlichen Erfolg. In unserem Firmennamen AVP – Agentur für visionäres Personalmanagement wird unsere Einstellung zu dieser Thematik deutlich. Das „visionäre“ steht bei uns für die Ausrichtung auf den Menschen bei gleichzeitiger Berücksichtigung betriebswirtschaftlicher Zahlen. Bei immer ähnlicher werdenden Produkten sind die eigenen Mitarbeiter ein wichtiges Abgrenzungsmerkmal gegenüber dem Wettbewerber.

GHPublic: Was ist Ihrer Meinung nach der Schlüssel zum Erfolg im Personalmanagement?

Uwe Kleinert: Das Ausrichten auf verbindliche und gleichermaßen anerkannte Werte, wie z.B. Fairness, Loyalität, Offenheit und Leistungswille.

GHPublic: Ist es auch für ein kleines oder mittelständisches Unternehmen sinnvoll, sich von einem Personalberater „beraten“ zu lassen? In welchen Situationen sollte man auf einen Personalberater zugehen?

Susanne Rettberg: Gerade ein kleines oder mittelständisches Unternehmen kennt oft nicht die Möglichkeiten, welche Unterstützung wir als Personalberater anbieten. Die Einführung einfacher und schnell umsetzbarer Systeme steht dabei für uns im Vordergrund. Dies gilt sowohl bei der Mitarbeiterbeschaffung, der strukturierten Einarbeitung und Integration neuer Mitarbeiter als auch der individuellen Förderung Einzelner. Darüber hinaus unterstützen wir speziell mittelständische Unternehmen bei der Gestaltung von Teamentwicklungsprozessen.

GHPublic: Je nach Branche und ausgeschriebener Stelle ergibt sich eine wahre Flut von Bewerbungen über den Schreibtisch der Unternehmensführung. Aber Untersuchungen belegen leider auch, dass sich lediglich bis zu 9% des Verhaltens und des späteren Arbeitserfolges aus den Bewerbungsunterlagen ableiten lassen. Wie kann man da noch die Spreu vom Weizen trennen? Worauf soll-

te man bei seiner Entscheidung achten?

Susanne Rettberg: Es heißt ja nicht umsonst, Papier ist geduldig. Wir führen sehr intensive und lange Gespräche mit den Bewerbern. Zusätzlich setzen wir mit Einverständnis des Bewerbers Tests ein, die als Persönlichkeitsprofil genutzt werden können. Vor den Bewerbungsgesprächen haben wir uns ein genaues Bild von der zu besetzenden Stelle und den direkten Kollegen und dem Vorgesetzten gemacht. Wir achten nicht nur auf die fachlichen Voraussetzungen bei der Stellenbesetzung. Entscheidend für den Erfolg ist oft, ob der neue Mitarbeiter auch in das Team passt. Zusätzlich hört für uns der Bewerbungsprozess nicht mit der Einstellung des neuen Mitarbeiters auf. Ganz wichtig ist eine gut vorbereitete Einarbeitung und nicht der Sprung ins kalte Wasser.

Kontakt

AVP-Agentur für visionäres
Personalmanagement

Uwe Kleinert
Gedulder Weg 136 b
45549 Sprockhövel

Telefon 02324-591636

E-Mail
uk-cms@AVPmanagement.de

Susanne Rettberg
Winkelhauser Straße 47 h
47228 Duisburg

Telefon 02065-764600

Telefax 02065-764601

E-Mail
sr-cms@AVPmanagement.de
Internet
www.AVPmanagement.de

Personalberater mit Gefühl für die „soft facts“

Die Telekraft Autokranverleih und Baumaschinenhandel GmbH besteht seit dem Jahre 1979. Insgesamt sind 50 Mitarbeiter an den Standorten Duisburg und Neuss in dem Unternehmen beschäftigt. Mit eigenem Fuhrpark können Hubkapazitäten bis zu 450 Tonnen angeboten werden. Das neue Flaggschiff ist seit April der Mobilkran LTM 1400 der Fa. Liebherr.

Vor einiger Zeit beauftragte Frank Stockhausen, Geschäftsführer der Telekraft GmbH, Susanne Rettberg und Uwe Kleinert von der AVP-Personalmanagement. Die Personalmanagementagentur beriet die Telekraft bei der Personalauswahl.

GHPublic: Warum erachteten Sie es als sinnvoll einen Personalberater einzuschalten?

Frank Stockhausen: Professionelle Personalberater sind bei der Besetzung von Leitungsfunktionen oftmals in der Lage, qualifiziert, schnell und unkompliziert geeignete Kandidaten zu präsentieren.

GHPublic: Bei der hohen Arbeitslosenzahl gibt es doch bestimmt genügend qualifizierte Bewerber. Sind Personalberater da nicht überflüssig?

Frank Stockhausen: Personalberater übernehmen es, aus der Fülle der Bewerber entsprechend dem von Telekraft vorgegebenen persönlichen und fachlichen Anforderungsprofil Kandidaten vorzuschlagen. Der Berater übernimmt in dem Moment die zeitintensive Dienstleistung „Vorauswahl“, auch durch notwendige Vorgespräche.

GHPublic: In welcher Form hat Ihnen AVP-Personalmanagement

bei der Mitarbeiterauswahl geholfen?

Frank Stockhausen: Frau Rettberg und Herr Kleinert von AVP halfen uns, die Funktion der kaufmännischen Leitung neu zu besetzen. Durch den Übergang in den Ruhestand einer langjährigen Mitarbeiterin wurde dies notwendig.

GHPublic: Worauf sollte man bei der Auswahl eines Personalberaters achten? Woran erkennt man einen „guten“ Personalberater?

Frank Stockhausen: Der Berater muss nach einem Bedarfsgespräch wissen, welche Person mit welchen Eigenschaften man sucht. Wichtig ist, dass der Personalberater hierbei ein Gefühl für die „soft facts“ entwickelt, welche ein Kandidat für diese spezielle Funktion in einem mittelständischen Familienunternehmen mitbringen soll.



Kontakt

Frank Stockhausen
Hülsermannshof 7a
47179 Duisburg

Telefon 0203-991770
Telefax 0203-9917777

E-Mail info@telekraft.de
Internet www.telekraft.de

Das Team ist der Star

Drei auf einen Streich - in unserer Duisburger Kanzlei fingen zum neuen Ausbildungsjahr am 1. August gleich drei junge Leute ihre Ausbildung an.

Für Günter Grüter eine logische Schlussfolgerung der wirtschaftlichen Entwicklung: „Die Wirtschaft floriert seit Mitte des letzten Jahres immer besser. Die Arbeit für uns wächst. Darum haben wir uns zu diesem Schritt entschlossen.“

Bisher wurde jährlich eine Ausbildung in Duisburg durchgeführt, was einen „Durchlauf“ in jedem der drei Ausbildungsjahre garantierte.

In den Kanzleien Essen, Wesel und Meißen beginnt im Ausbildungsjahr 2006 jeweils ein Auszubildender die Ausbildung zum Steuerfachangestellten.

Die Qualifizierung junger Mitarbeiter wird in allen fünf Kanzleien von Grüter · Hamich & Partner groß geschrieben. Der erste Auszubil-

dende in unserer Duisburger Kanzlei, die nächstes Jahr ihr 25-jähriges Bestehen feiert, war Ralf van gen Hassend. Heute ist er geschäftsführender Partner in Duisburg und für die Ausbildung der neuen Azubis zuständig. Die Hälfte der Auszubildenden arbeiten nach ihrer Ausbildung weiterhin bei uns in den Kanzleien.

Entscheidend für diese Kontinuität, auf die Grüter · Hamich & Partner schon immer großen Wert legte, ist die Zusammenarbeit im Team. Hierzu zählen Verständnis und Kollegialität zusammen mit Fachkompetenz. Aus diesem Grund absolvierten unsere Duisburger Auszubildenden vorab alle ein vierwöchiges Praktikum.



Mitglied im



Kanzleien

Duisburg

Beethovenstraße 21
47226 Duisburg
☎ 02065 90880
info@g-h-p.de

Essen

Am Fernmeldeamt 15
45145 Essen
☎ 0201 821500
info@ghp-essen.de

Wesel

Lübecker Straße 27
46485 Wesel
☎ 0281 952350
g-h-p.wesel@t-online.de

Krefeld

Dießemer Straße 168
47799 Krefeld
☎ 02151 85990
info@ghp-krefeld.de

Meißen

Ratsweinberg 1
01662 Meißen
☎ 03521 74070
info@ghp-meissen.de

www.g-h-p.de

Impressum

GHPublic
© 2006 Alle Rechte vorbehalten

Ausgabe	3/2006
Erscheinungsweise	4mal jährlich
Redaktionsschluss	1. September 2006
Herausgeber	Bernd Nowack Marc Tübben Grüter • Hamich & Partner
Redaktion	Katja Springer Grüter • Hamich & Partner Ratsweinberg 1 01662 Meißen
Telefon	03521 740712
Telefax	03521 740714
E-Mail	redaktion@ghp-meissen.de

Fotoquelle Photocase Titel, 2, 3, 6,7,11,12,13

Die GHPublic wird ausschließlich für unsere Mandanten und Geschäftspartner geschrieben. Die fachliche Information ist der Verständlichkeit halber kurz gehalten und kann somit die individuelle Beratung nicht ersetzen. Die Informationen sind sorgfältig zusammengestellt und recherchiert, jedoch ohne Gewähr.