

Ausgabe 3 - 2012

GHPublic

GEMEINSAM FÜR IHRE ZUKUNFT

Inhalt

- Unternehmensnachfolge in Deutschland – ein echter Dauerbrenner
- Wer sich nicht kümmert, hat ab 2013 weniger
- D&O Versicherung auch für den Mittelstand
- Der Grüter · Hamich & Partner Dressurcup 2012
- Der Sommer bei Grüter · Hamich & Partner
- Nachfolge ganzheitlich regeln - Die Stiftung hat das Zeug dazu
- Die nächste Stufe der Kundenorientierung bei Edgar K. Geffroy
- GHP Fachliche Kurznachrichten
- SIMA - 100% Event
- Nowack² in Essen
- GHP Kurios



Quelle: chocolat01/pixello.de



GRÜTER · HAMICH & PARTNER[®]
Steuerberatungsgesellschaft

UNTERNEHMENSNACHFOLGE IN DEUTSCHLAND – EIN ECHTER DAUERBRENNER



Quelle: Margot Kessler/pixelio.de

Das Institut für Mittelstandsforschung Bonn schätzt seit Beginn der 1990er Jahre in regelmäßigen Abständen die Anzahl der anstehenden Unternehmensübertragungen in Deutschland. Nach aktuellen Schätzungen des IfM Bonn steht im Zeitraum von 2010 bis 2014 in knapp 110.000 Familienunternehmen die Übergabe an. Das sind ca. 3% aller Familienunternehmen. Dies entspricht 22.000 Übergaben pro Jahr. Von den Übertragungen werden 287.000 Beschäftigte pro Jahr betroffen sein. Die meisten Unternehmensübertragungen sind im Prognosezeitraum in Nordrhein-Westfalen zu erwarten, dem Bundesland mit dem größten Unternehmensbestand.

Vor allem Familienbetriebe finden keine Nachfolger. Mehr als jeder dritte Unternehmer hat große Schwierigkeiten, den richtigen Nachfolger für seinen Betrieb zu finden. Damit sind beim Betriebsübergang jedes Jahr 50.000 Arbeitsplätze gefährdet. Der Generationswechsel im deutschen Mittelstand ist ein neuralgischer Punkt im

Unternehmerleben. Gelingt es nicht, die richtige Frau oder den richtigen Mann zu finden, steht der Betrieb samt Arbeitsplätzen vor dem Aus.

Die Suche nach neuen Unternehmenslenkern wird dabei in den nächsten Jahren noch schwieriger werden. Durch die demografische Entwicklung müssen immer mehr Betriebe den Generationswechsel meistern und das bei einer sinkenden Zahl von potenziellen Nachfolgern. Aber unser Land ist von Familienunternehmen geprägt – das muss auch in Zukunft so bleiben.

Bei aller notwendigen Fixierung auf die juristischen und betriebswirtschaftlichen Aspekte einer Unternehmensnachfolge, unterschätzen die Betroffenen häufig, dass Emotionen eine wichtige Rolle spielen. Sie sind eine der ganz häufigen Ursachen für das Scheitern. Auch wenn der Unternehmer aufgrund von rationalen Überlegungen die Übergabe seines Unternehmens angeht und den Prozess planvoll vorbereitet, kann er emotional sein Lebenswerk einfach nicht loslassen.

Es gibt jedoch auch gute Nachrichten – es bewegt sich etwas: Im Zuge des steigenden Gründungsinteresses haben 2009 deutlich mehr Existenzgründer die Unternehmensnachfolge als Start ins Auge gefasst. Allerdings unterschätzen etliche Existenzgründer die Anforderungen beim Sprung auf den Chefsessel. Damit der Generationswechsel gelingt, müssen sich beide Seiten – Unternehmer und Übernehmer – gut vorbereiten.

In unserer aktuellen Ausgabe der GHPublic stellen wir Ihnen ein steuerliches Gestaltungsinstrument für eine ganzheitliche Unternehmensnachfolge im Mittelstand vor: die Stiftung. Dieses Instrument boomt in Deutschland. Unter anderem weil es so viele Möglichkeiten der Gestaltung aufzeigt und weil immer mehr Unternehmen vor dem Schritt der Nachfolgeregelung stehen.

In unserem Titel gehen wir auf die D&O Versicherung ein, die nach vielen Jahren in den großen Konzernen nun auch den deutschen Mittelstand erreicht hat und ein Instrument zur Absicherung von Unternehmensleitern darstellt.

Wie immer haben wir auch eine Vielzahl an aktuellen steuerlichen Informationen für Sie aufbereitet und geben Ihnen Einblicke in den Arbeitsalltag unserer Kanzleien.

Wir wünschen Ihnen eine spannende und informative Lektüre und verbleiben mit besten Grüßen

Handwritten signatures of Marc Tübben and Bernd Nowack.

Ihr Marc Tübben & Bernd Nowack

WER SICH NICHT KÜMMERT, HAT AB 2013 WENIGER

Was muss ich als Arbeitnehmer bei der Einführung der elektronischen Lohnsteuerkarte ab Januar 2013 beachten?

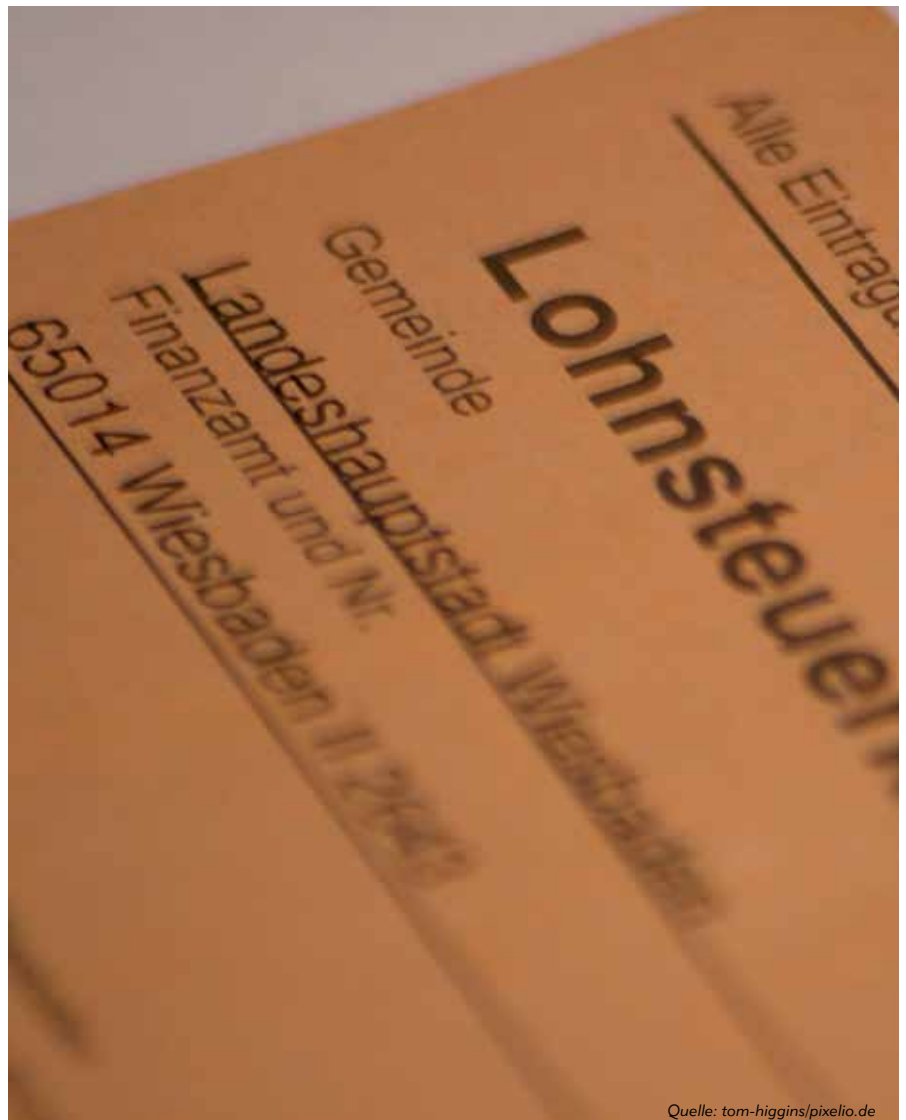
Zum Januar 2013 scheint die elektronische Lohnsteuerkarte nun doch endgültig zu starten. Das Projekt wurde von der Finanzverwaltung zwischendurch immer wieder verschoben: erst legte man den Start für 2011 fest und dann sollte zum Jahresanfang 2012 alles umgestellt werden.

Seit 2011 werden die auf der Vorderseite der Lohnsteuerkarte befindlichen Informationen in einer Datenbank gesammelt.

Sämtliche antragsgebundenen Einträge und Freibeträge, zum Beispiel für Berufspendler oder bei volljährigen Kindern, müssen mit dem Start der elektronischen Lohnsteuerkarte ab 2013 neu beim Finanzamt beantragt und eingetragen werden. Ausgenommen davon sind die Kinderfreibeträge und Pauschbeträge für behinderte Menschen, die auf Antrag mehrjährig berücksichtigt werden.

Zuständig für die Änderung der Lohnsteuerabzugsmerkmale, zum Beispiel Steuerklassenwechsel, Eintragung von Kinder- und anderen Freibeträgen, sind seit dem Jahr 2011 nicht mehr die Meldebehörden, sondern die Finanzämter. Die elektronischen Lohnsteuerabzugsmerkmale stellt die Finanzverwaltung in einer Datenbank den Arbeitgebern bereit.

Melderechtliche und standesamtliche Änderungen, wie zum Beispiel die Änderung der Anschrift, Ehe-



schließung, Geburt oder Tod müssen weiterhin den Bürgerbüros der Städte und Gemeinden gemeldet werden.

Der erstmalige Abruf der Elektronischen Lohnsteuerabzugsmerkmale (ELStAM) durch den Arbeitgeber und damit der Starttermin für das ELStAM-Verfahren wurde auf den 01. Januar 2013 festgelegt. Der Abruf wird für die Arbeitgeber ab dem 1. November 2012 möglich sein. Hiermit soll gewährleistet werden, dass die vorschüssig rechnenden Unternehmen und Behörden ihre ELStAM rechtzeitig abrufen können.

GHP-Tipp:

Wer die Freibeträge berücksichtigen will, kann dies ab Oktober 2012 beim zuständigen Finanzamt mit dem entsprechenden Antrag. Die bundeseinheitlichen Vordrucke, bspw. für Änderungen der elektronischen Lohnsteuerabzugsmerkmale, den Wechsel von Steuerklassen oder für die Eintragung des Frei- oder Hinzurechnungsbetrages finden Sie im Formular-Management-System der Bundesfinanzverwaltung unter www.formulare-bfinv.de.

D&O VERSICHERUNG AUCH FÜR DEN MITTELSTAND



Quelle: complize/photocase.com

Die Directors and Officers Versicherung (oder auch Organ- oder Manager-Haftpflichtversicherung) macht die Nachtruhe so mancher Unternehmensleiter um einiges ruhiger. Denn diese Vermögensschadenhaftpflichtversicherung wird vom Unternehmen für dessen Organe und leitenden Angestellte abgeschlossen. Sie bietet demnach Versicherungsschutz für die Manager des Unternehmens, nicht aber für das Unternehmen selbst.

SCHUTZSCHILD SCHON AUFGESpanNT?

In den USA und großen Konzernen ist das Führungspersonal schon länger im Sicherheitsnetz der D&O Versicherung eingebunden. Viele mittelständische Firmen verzichten bislang auf diesen Schutzschild für ihr Führungspersonal. Obwohl für das Führungspersonal in mittelständischen Firmen genau das gleiche gilt, wie für Manager in Konzernen: Risiken und Schäden aus dem beruflichen Handeln können das Privatvermögen zum Schmelzen bringen oder komplett vernichten. Die Stichworte sind dabei persön-

liche Haftung und Schadenersatz. Angesichts der sich verschärfenden Haftungsproblematik nehmen immer mehr Firmen den Schutzschild der D&O Versicherung an.

INSOLVENZ = PERSÖNLICHER BANKROTT?

Diese Formel muss nicht gelten. Im Sinne der D&O Versicherung muss bei den mittelständischen Unternehmen erst noch ein Umdenken stattfinden, damit im Ernstfall die persönlich haftenden Organe nicht ihr gesamtes Privatvermögen mit in die Waagschale werfen müssen. Viele der mittelständischen Firmenlenker verdrängen die Gefahr bisher noch. Aber gerade der Fall der Insolvenz ist ein typisches Risiko für mittelständische Unternehmen – weniger für Konzerne. In vielen Fällen zieht die Insolvenz die Inanspruchnahme der leitenden Firmenorgane nach sich, was zum Verlust des Privatvermögens führen kann. Hier tritt dann die D&O Versicherung auf den Plan.

Das Feld der Insolvenz ist insbesondere dann bedeutsam, wenn diese durch Pflichtverletzung des

Unternehmensleiters oder der Aufsichtsorgane herbeigeführt oder begünstigt wurde. So führte zum Beispiel der Kauf eines schwer kontaminierten Grundstückes, ohne dass vorher Informationen über die Vornutzung eingeholt wurden, ein mit hohem Kapital ausgestattetes Unternehmen in die Insolvenz.

ETABLIERUNG DER D&O VERSICHERUNG AUCH IN FAMILIENGEFÜHRTEN UNTERNEHMEN?

Wie schon gesagt: neu ist die D&O Versicherung nicht. In Konzernen ist die Abdeckung fast hundertprozentig. Schadensszenarien, die zu einer Verantwortlichkeit der Unternehmensleiter oder der Aufsichtsorgane führen, sind in den letzten Jahren explosionsartig gestiegen. Bekannt werden nur die spektakulären Fälle, die bei Banken, Fluggesellschaften, Medienfirmen etc. unter Beteiligung gesellschaftlich bekannter Persönlichkeiten geschehen. Dabei sind es aber die zahlreichen "kleinen" Fälle, die immer mehr die D&O Versicherer beschäftigen.

Die D&O sichert die Unternehmensleitungen gegen die Inanspruchnahme durch Eigentümer (Gesellschaft) sowie Dritter ab, wenn es aus schuldhaften, nicht vorsätzlichen und/oder wissentlichen (also Fahrlässigkeit jeder Art) Pflichtverletzungen zu Vermögensschäden bei der Gesellschaft oder Dritten kommt. Mit der Behauptung einer Pflichtverletzung bei den Unternehmensführern versuchen sich die Gesellschaften bzw. Gesellschafter verstärkt schadlos zu halten.

Auch wenn es in Familienunternehmen immer friedlich zugeht, kann

dies von heute auf morgen - sei es durch Erbfall, sei es durch Angst vor Übervorteilung oder anderweitigen Streitigkeiten - zu Anschuldigungen kommen.

IN WELCHEN FÄLLEN GREIFT DIE D&O VERSICHERUNG?

Klassisch ist natürlich der Fall, in dem die Gesellschafter oder Aufsichtsorgane dem oder den Geschäftsführern eine solche Pflichtverletzung vorwerfen und daraus Schadenersatzansprüche der Gesellschaft geltend machen. In solchen Fällen spricht man von sog. Innenansprüchen (Gesellschaft gegen Unternehmensleiter und /oder Mitglieder des Aufsichtsorgans).

Aber auch Ansprüche gegen den Geschäftsführer von „Außen“, sei es durch die Steuerbehörden, Sozialversicherungsträger oder sonstiger Dritter wären Fälle für eine D&O - Absicherung. Dies wird mit dem Begriff Außen- oder Drittansprüche tituliert.

Die D&O Versicherung sollte beide Bereiche abdecken und wird in den überwiegenden Fällen von der Gesellschaft für ihre Unternehmensleiter abgeschlossen. Dringend abzuraten ist, nur die Außenansprüche abzusichern.

Oft wird der Abschluss einer D&O Versicherung im jeweiligen Anstellungsvertrag vom zukünftigen Unternehmensleiter gefordert. Regelmäßig wird Versicherungsschutz für alle Unternehmensleiter über eine Police geboten: Vorstände, Geschäftsführer, Aufsichtsräte und andere Kontrollorgane sowie leitende Angestellte, denen Aufgaben der Unternehmensführung übertragen

wurden, werden versichert. Die Versicherung eines einzelnen wird von der überwiegenden Mehrheit der Versicherer nicht (mehr) angeboten. Dies hat risiko- und versicherungstechnische Gründe.

Die Pflichtverletzung muss nicht in den Zeitraum der Wirksamkeit des Versicherungsvertrages fallen. Dies ist bei Abschluss des Versicherungsvertrages zu vereinbaren. Vereinbaren Sie eine unbegrenzte Rückwärtsdeckung bezüglich der Pflichtverletzungen. Als Pendant dazu ist für die Zeit nach der Wirksamkeit des Vertrages oder nach dem Ausscheiden einer versicherten Person die Vereinbarung einer Nachhaftung, die die Zeit für eine Anspruchserhebung über die Zeit der Wirksamkeit des Vertrages hinaus verlängert. Dies wird nur zeitlich beschränkt angeboten. Hier ist zu beachten, dass die Pflichtverletzung innerhalb des Zeitraumes geschehen sein muss, in der der Unternehmensleiter für das Unternehmen tätig und der Versicherungsvertrag wirksam war.

Wesentlich ist für die D&O, dass nur die „Tätigkeit als Organ“, also alle Aufgaben, die im direkten Zusammenhang mit der Leitung des Unternehmens stehen, nicht aber die Tätigkeiten des operatives Tagesgeschäftes (Dienstleistungsausschluß) versichert sind. Dies ist oft bei Serviceunternehmen (z.B. Banken) nicht einfach abzugrenzen.

Die „richtige“ Versicherungssumme ist schwer zu bestimmen. Üblicherweise wird sie an der Bilanzsumme festgemacht. Dabei sollte es schon 10% - 20% der jährlichen Bilanzsumme sein.

Für einen Antrag zum Abschluss einer D&O reichen heute für mittelständische Unternehmen einige Schlüsselzahlen und die Erklärung, dass den zu versichernden Personen weder Pflichtverletzungen bekannt sind, noch bereits Ansprüche erhoben worden sind.

Prämien für Deckungssummen zwischen 3 Mio. EUR p.a. und 5 Mio. EUR p.a., soweit es sich um „normale“ Risiken handelt, liegen heute zwischen 2.000 EUR und 5.000 EUR. Die Mindestdeckungssumme liegt bei 250.000 EUR p.a. Die Versicherungsprämie für die D&O ist für die Gesellschaft als Betriebsausgabe steuerlich absetzbar, obwohl hiermit überwiegend das persönliche Vermögen der versicherten Personen abgesichert wird.



KONTAKT

Holger Genender
Provincial Versicherungsagentur
Duisburger Straße 20

47226 Duisburg
Telefon: 02065 67820
Telefax: 02065 678222
E-Mail: holger.genender@
gs.provinzial.com
Internet: www.provinzial.com

DER GRÜTER · HAMICH & PARTNER DRESSURCUP 2012

Am 18. August 2012 fand auf der Reitanlage Dresden-Gompitz wieder ein Wettbewerb der besonderen Art für alle Freunde des Dressurreitens statt. Der ansässige Dresdner Reitverein führte zum dritten Mal den Dresdner Grand Prix durch. Innerhalb des Turniers fand auch 2012 wieder das Finale des Grüter • Hamich & Partner Dressur-Cup statt. Nach den drei Qualifikatio-

nen in Kalkreuth, Holschdubrau und Burgstädt verfügte Franziska Vos (RV Börnichen) mit ihrem Pony Night Magic über einen knappen Punktvorsprung auf den Gesamtsieg. Aber auch Vicky Müller (RFV Gut Heinrichshof) mit Walk of Silence und Doreen Geidel (Akademischer Reitclub Leipzig) mit Athlet beanspruchten punktgleich noch die Chance, den Cup zu gewinnen.

So verfolgten die Zuschauer des GHP Dressurcups am 18. August in Dresden eine spannende Prüfung. Franziska Vos ging als letzte an den Start, zeigte Nervenstärke und schloss mit Night Magic an die sehr guten Leistungen aus den Qualifikationen an und gewann somit die Prüfung und den Cup. Vicky Müller schaffte den zweiten Platz vor Doreen Geidel.



■ Franziska Vos auf Night Magic



■ Franziska Vos, Andrea Wagner von GHP Meißen, Britt Stumpe, Reitanlage Dresden-Gompitz (v.l.n.r.)

DER SOMMER BEI GRÜTER · HAMICH & PARTNER

Sommer in der Stadt - Um Sommer und Sonne in vollen Zügen zu genießen, verlagern die Meisten das Leben kurzerhand nach draußen. Mit ihrer großen Auswahl an Parks, Seen, Strandbars, Openair-Veranstaltungen und vielem mehr, entfalten die Städte in der heißen Jahreszeit erst ihr volles Potential.

Auch Steuerberater nutzen die sonnigen Nachmittage und lauen Sommerabende zum „draußen sein“ und richtig perfekt wird das Ganze, wenn man den Sommer mit Mandanten, Geschäftspartnern und Mitarbeitern genießen kann.



Die Meißner Kanzlei lud am 14. Juli 2012 auf den Ratsweinberg zum Sommerfest ein. Die Sächsische Weinkönigin Franziska Spiegelburg verzauberte unsere Gäste mit ihrem Charme und dem sächsischen Wein bei einer Weinprobe und bei einer Führung durch den Weinberg. Spannung kam danach bei einer Krimistunde mit dem Leipziger Kabarettisten und berühmtem Krimiautor Steffen Mohr auf. Besonders interessant für unsere kleineren Gäste war die Korbmacherin Anja Müller. Hier konnte das alte Handwerk bewundert werden und selber Körbe und andere Dinge geflochten werden. Zum anschließenden Austoben stand eine riesengroße Hüpfburg bereit.

Einen perfekten Sommerausklang unserer Kanzleien in Duisburg, Kre-



feld, Wesel und Essen erlebten rund 180 Mandanten und Geschäftsfreunde auf unserem GHPicknick am 16. September. Wir luden zum Hafentrödelmarkt auf der Mühlenweide in Duisburg ein.

Hier konnte man in aller Ruhe eine Runde „trödeln“ und sich bei einer Hafenrundfahrt die Duisburger Hafenlandschaft vom Wasser aus erklären lassen. Zwei weitere Höhepunkte des Nachmittages waren die Besichtigung des Museumsschiffes Oscar Huber und die Privatführung

durch das Firmenmuseum der Franz Haniel & Cie. GmbH mit Dr. Bernhard Weber, dem Direktor des Museums für Deutsche Binnenschifffahrt.

Die Gäste waren neben dem tollen Wetter von der Organisation unseres GHPicknick begeistert. Vielen Dank dafür auch an Klaus de Jong und Joseph Nieke mit seinem Team.

Impressionen unseres Sommers entdecken Sie auf www.g-h-p.de.



NACHFOLGE GANZHEITLICH REGELN – DIE STIFTUNG HAT DAS ZEUG DAZU



Die Stiftung erlebt bereits seit einigen Jahren einen regelrechten Boom in Deutschland. Vergleicht man die durchschnittlich 150 Neugründungen in den 1980er Jahren mit den 815 neu errichteten Stiftungen im Jahr 2011, so stellt man fest: die Stiftung hat Konjunktur. Günstiger Nährboden für diese Entwicklung waren auch die Reformen des Steuer- und Zivilrechts in der jüngeren Vergangenheit. Gerade die Neuerungen im Steuerrecht führten zu erheblichen Vergünstigungen bei der ertragsteuerlichen Behandlung der Stiftung.

Parallel zu diesem Wachstum wird die Frage nach geeigneten Lösungen zur Nachfolge bei Mittelstands- bzw. Familienunternehmen stetig relevanter. Diese Entwicklung wird nicht nur in statistischen Untersuchungen sichtbar, sondern entspricht auch unserer Wahrnehmung in der täglichen Beraterpraxis. Gerade im weiten Feld der Nachfolgeberatung gilt es unterschiedlichste Disziplinen kompetent zu beherrschen. So ist die Nachfolgeplanung unter steuerrechtlichen, zivilrechtlichen, betriebswirtschaftlichen sowie psychologischen Aspekten zu betrachten, um die gewünschten

Nachfolgeziele des Mandanten zu erkennen und zu verwirklichen.

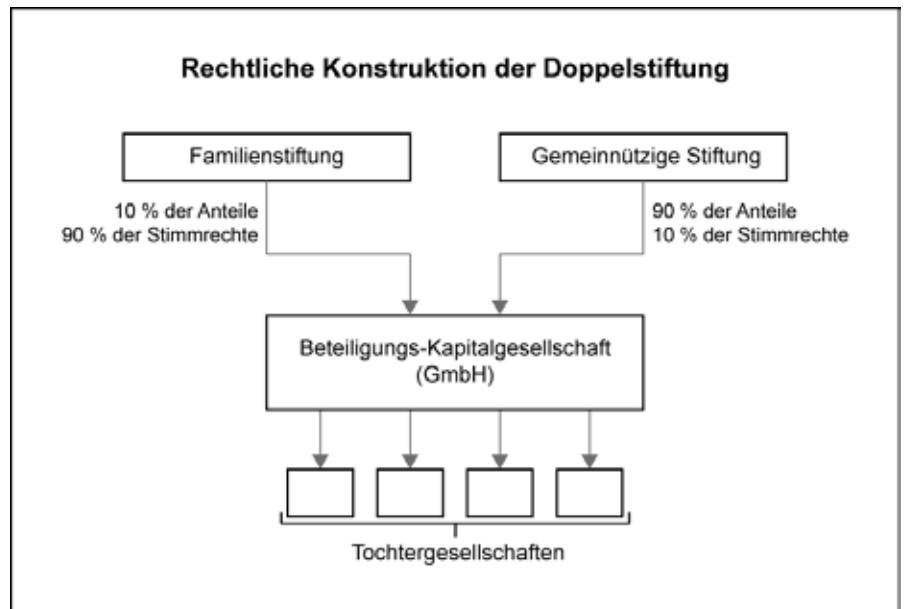
Der Vorgang des „Stiftens“ besteht in der Widmung einer Vermögensmasse zu einem bestimmten Zweck durch den Willen des Stifters. Mit der Gründung verselbstständigt sich die Stiftung als eigene juristische Person, die weder Gesellschafter noch Mitglieder kennt. Der einst gesetzte Stiftungszweck soll durch das Stiftungsvermögen dauerhaft verfolgt werden. Ist dieser Zweck im steuerrechtlichen Sinne ein gemeinnütziger, so können erhebliche steuerliche Vorteile vom Stifter und

seinen Angehörigen ausgeschöpft werden. Zudem ergeben sich allein aus dem gesellschaftlichen Image der „Stiftung“ dauerhafte Werbeeffekte für verbundene Unternehmen.

Die Stiftung bietet gerade bei der Nachfollegestaltung von Familienunternehmen allein aufgrund der ganz besonderen Eigenschaften ihrer Rechtsform entscheidende Vorteile. Die Gestaltungsmöglichkeiten reichen von der Gründung einer gemeinnützigen Stiftung oder Familienstiftung bis hin zur Konstruktion einer unternehmensverbundenen Doppelstiftung oder Stiftung & Co. KG.

So wird der Einsatz einer gemeinnützigen Stiftung vermutlich dem Stifter gerecht, der tatsächlich gewillt ist sein unternehmerisches Vermögen in den Dienst des Gemeinwohls zu stellen. Diese Gesinnung belohnt der Gesetzgeber mit erheblichen steuerlichen Vergünstigungen.

Die Familienstiftung bietet den Vorteil, die Versorgung der Familienmitglieder sicherzustellen, ohne



Ihnen gleichzeitig die Verfügung über das gesamte unternehmerische Vermögen zu ermöglichen. Durch eine geschickte Gestaltung kann hier sowohl Fachkompetenz als auch Familientradition dem Unternehmen erhalten bleiben.

Die Konstruktion der Doppelstiftung stellt gerade aus steuerlicher Sicht ein attraktives Gestaltungsinstrument dar. Hier wird die gemeinnützige mit der Familienstiftung verbunden. Aufgrund dieser komplexen Verflechtung ist allerdings eine detaillierte Planung von langer Hand unerlässlich. Die Stiftung & Co. KG bietet insbesondere bei Unternehmen in der Rechtsform KG

die Möglichkeit, je nach familiären Rahmenbedingungen die Herrschaft über das Unternehmen von den Familienmitgliedern abzuziehen oder auf sie zu fokussieren. Hier ist die Gestaltung der Satzung von herausragender Bedeutung.

Der Stifter bzw. die Stifterfamilie wird durch diese Gestaltungsvielfalt in die Lage versetzt, den individuellen familiären Gegebenheiten zu begegnen und einer harmonischen Unternehmensnachfolge den Weg zu bereiten. Wie bereits angedeutet, liegt die Aufgabe des Beraters hier zunächst darin, gemeinsam mit dem Stifter bzw. der Stifterfamilie die individuellen Ziele und Gegebenheiten

zu erforschen. Erst im Anschluss kann eine geeignete rechtliche Gestaltung gefunden und erfolgreich auf den Weg gebracht werden.

Ist Ihr Interesse geweckt? Dann beraten wir Sie gerne ausführlich.

KONTAKT

Grüter · Hamich & Partner
Sascha Dujardin
Beethovenstraße 21
47226 Duisburg

Telefon 02065-908836

E-Mail sascha.dujardin
@g-h-p.de

Internet www.g-h-p.de

GHP - PERSÖNLICH

DIE NÄCHSTE STUFE DER KUNDENORIENTIERUNG BEI EDGAR K. GEFFROY



Ein Thema, das gerade zu einem weltweiten Trend kommen wird, nennt Edgar K. Geffroy den „Triumph des Individuums“. Die heutigen Kunden wollen wirklich als Unikat, als einzigartig behandelt werden und verlangen auch immer mehr einzigartige Produkte. Der Kunde von heute ist nicht nur anspruchsvoll. Er erwartet individuelle Lösungen.

Schon heute gibt es in Deutschland Unternehmen, die mit individuellen Produkten und Dienstleistungen bis zu 100 Prozent mehr Umsatz machen. Edgar K. Geffroy zeigt in seinem neuesten Buch konkrete Erfolgsbeispiele aus verschiedenen Branchen und verrät sofort umsetzbare Lösungen für individuelle Kundenstrategien.

Als Geffroy sein Buch „Das Einzige, was stört, ist der Kunde“ veröffentlichte, entdeckte man als Megatrend den Kunden völlig neu. Kundenorientierung, Kundenfokus und Kundenzufriedenheit haben seitdem neue Marktführer geschaffen. Der Kunde als Mensch spielte von heute auf morgen eine ganz andere Rolle.

Jetzt ist der nächste Paradigmenwechsel in vollem Gange. Mehr als

50 Firmenbeispiele in diesem Buch belegen eindrucksvoll die nächste Stufe der Kundenorientierung.

Edgar K. Geffroy publiziert die ZiC'nZaC-Marketing-Story unseres Netzwerkpartners und erklärt sie in seinem neuen Buch im Leitkapitel. Am Beispiel dieser erfolgreichen Neugründung beweist er, dass die erfolgreiche Zukunftsbewältigung der Wirtschaft davon abhängig ist, den Trend zur Individualisierung zu realisieren. ZiC'nZaC ist derzeit für Geffroy das beste Beispiel, die Kundenorientierung zu dokumentieren.

Interessierte finden in dieser Ausgabe der GHPublic eine Leseprobe als Einleger.

Weitere Informationen finden Sie unter www.geffroy.com.

AUSSERGERICHTLICHE KONFLIKTLÖSUNG



Quelle: Gerd Altmann/dezignus.com/pixelio.de

Das Verfahren der Mediation ist nicht neu. Aber das neue Mediationsgesetz schafft einen klaren Handlungsrahmen für Mediationsverfahren.

Die Mediation bietet Konfliktparteien die Möglichkeit, ihren Streit außerhalb eines Gerichtes beizulegen. Die Mediation ist dabei die professionell geführte Suche nach einem Kompromiss. Der Mediator hilft dabei, den Weg einer gemeinsamen Lösung zu finden. Somit gibt es keine Verlierer des Verfahrens und es wird auch niemand zu etwas verurteilt. Mit dem neuen Mediationsgesetz wird sicherlich die Zahl der Mediationsverfahren auch zunehmen, denn diese Form der Konfliktbewältigung hat nun eine

gesetzliche Grundlage erhalten. Diese Zunahme ist vom Gesetzgeber auch so kalkuliert, denn die meisten Gerichte sind vollkommen überlastet. Und mit den Möglichkeiten der Mediationsverfahren werden langwierige Gerichtsverfahren vermieden.

Das neue Gesetz schafft in vielen Punkten Klarheit und Rechtsicherheit für die Mediation. Zum Beispiel wurde der Punkt der Vertraulichkeit geregelt. In der Prozessordnung wurde die Verschwiegenheitspflicht verankert, welche noch durch das Zeugnisverweigerungsrecht des Mediators verstärkt wurde. Des Weiteren regelt das Gesetz die Grundzüge des Mediationsverfahrens und die Rechte und Pflichten

der Mediatoren, auch für den Fall eines Interessenkonfliktes.

Auf den ersten Blick entfallen ist die gerichtsinterne Mediation. Aber diese wird durch ein erweitertes Güterichtermodell ersetzt. Das bedeutet, dass ein Gericht die Parteien an einen Güterichter verweisen kann, der sich aller Methoden der Konfliktbeilegung bedienen darf, einschließlich der Mediation.

Die Bezeichnung Mediator bleibt damit zukünftig außergerichtlichen Mediatoren vorbehalten. Um die Qualität der Mediation sicher zu stellen, regelt das neue Mediationsgesetz die Qualifikationsstandards. Bestimmte Aus- und Fortbildungsinhalte wurden festgelegt. Erfüllt diese der Mediator, darf er sich künftig sogar „zertifizierter Mediator“ nennen.

Um den Konfliktparteien das Mediationsverfahren noch schmackhafter zu machen, sieht das Gesetz vor, dass die Landesregierungen die Gerichtsgebühren bei einer Mediation ermäßigen oder auch erlassen dürfen, wenn dadurch lange Gerichtsverfahren vermieden werden.

PFERDE WERDEN TEURER



Quelle: dumpfbacke/photocase.com

Umsatzsteuer: Der Verkauf von Pferden unterliegt dem vollen Mehrwertsteuersatz. Zum 1. Juli 2012 wurde der ermäßigte Mehrwertsteuersatz von sieben Prozent für den Verkauf von Pferden aufgehoben. Jetzt muss der volle Mehrwertsteuersatz von 19 Prozent angesetzt werden. Hintergrund dieser Änderung ist eine Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs aus dem Jahr 2011. Danach darf der ermäßigte Steuersatz nicht für alle

Pferde angewandt werden. Der Europäische Gerichtshof ließ die Möglichkeit zu, beim Verkauf von landwirtschaftlichen Arbeits- und Zuchtpferden oder Schlachtpferden den ermäßigten Steuersatz beizubehalten, was aber von der Bundesregierung nicht übernommen wurde. Betroffen von der Neuregelung sind Unternehmen, die die Umsatzsteuerregelbesteuerung anwenden. Also gewerbliche Verkäufer oder optierende Landwirte.

STEUERN AUF SPORTWETTEN



Quelle: Rainer Sturm/pixelio.de

Der deutsche Fiskus begibt sich in die Wettbüros: Sportwetten sind ein Milliardengeschäft. Allein im Bereich Sportwetten - die übers Internet vertrieben werden - werden in Deutschland rund 3,4 Milliarden Euro jährlich umgesetzt. Und die Tendenz ist steigend. Das hat der deutsche Fiskus auch erkannt und die Steuer auf Sportwetten soll Geld in die leeren Staatskassen spülen.

Das Gesetz zur Besteuerung von Sportwetten wurde am 29. Juni 2012

vom Bundesrat beschlossen. Damit flankiert das Gesetz die Änderung des Glücksspielstaatsvertrags der Länder und trat zeitgleich mit diesem am 01. Juli 2012 in Kraft. Mit dieser Neuregelung will der Gesetzgeber besonders das Problem der illegalen Wetten über das Internet in den Griff bekommen.

Der Gesetzgeber regelt hier, dass sämtliche Sportwetten grundsätzlich steuerpflichtig sind. Neben den bisherigen Sportwetten zu festen

Gewinnquoten - den sogenannten Oddset-Wetten - unterwirft er sämtliche Sportwetten der Besteuerung. Künftig ist es ohne Bedeutung, ob die Wette ortsgebunden oder über das Internet erfolgt. Bisher wurden lediglich Wetten erfasst, die im Inland abgeschlossen wurden. Mit der Neuregelung werden Wetten auch dann besteuert, wenn der Spieler bei Abschluss des Wettvertrages zum Beispiel über Internet bei einem ausländischen Anbieter seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt im Inland hat.

Der Steuersatz auf Sportwetten beträgt 5%. In diesem Zuge wurde die Besteuerung von Pferdewetten von 16,66% auch auf 5% abgesenkt. Für Lotteriewetten gilt aber weiterhin der Steuersatz von 16,66%.



Quelle: Paulhip/pixelio.de

GHP-Tipp:

Für alle Spieler bei Sportwetten weisen wir darauf hin: Sportwettengewinne sind nicht einkommensteuerpflichtig, weil sie unter keine der sieben Einkunftsarten des deutschen Einkommensteuergesetzes entfallen. Diese Regelung gilt auch für Wettgewinne, die von ausländischen Wettbüros ausbezahlt werden.

Rennen	1	2	3	4	QU
Einlauf	5-7-6	6-11-15	3-11-1	10-7-9	
Sieg	22	149	33	199	
Platz	12-20-15	40-19-110	15-19-23	37-15-17	
Zweier	205	857	178	1158	
	1128	67872	1242	5434	

Quelle: Rainer Sturm/pixelio.de

SIMA – 100% EVENT



Firmenveranstaltungen oder neudeutsch Events sind das Tüpfelchen auf dem I des Lebens. Ohne sie wäre unser Alltag langweilig und fad. Die SIMA.Eventagentur stellt das alles auf die Beine und sorgt dafür, dass aus Events unvergessliche Augenblicke des Lebens werden.

Aktuell wird Eventmarketing immer wichtiger im Marketing-Mix: Die Leute stumpfen immer mehr ab. Sie wollen was erleben, sie wollen verführt werden und ins wahre Leben hineingezogen werden. Die SIMA.Eventagentur ist Spezialist

für Live-Kommunikation und Eventmarketing. Martin Junge und sein Team entwickeln anspruchsvolle Veranstaltungskonzepte und interaktive Lösungen für Promotion- und PR-Events, Roadshows, Produktpräsentationen und Kundenevents sowie Messeauftritte, Kongresse und Tagungen.

Die SIMA.EventAgentur berät und begleitet ihre Kunden von der ersten Idee über das individuelle Konzept bis hin zur spannenden Inszenierung der Veranstaltung. Das Leistungsspektrum umfasst neben der Entwicklung kreativer Eventideen auch die Durchführung und die Organisation des Events. Mit innovativen Ideen und liebevollen Details sorgt Martin Junge bei Kunden und Gästen für einmalige und unvergessliche Augenblicke.

GHPublic: Wofür steht die SIMA und was ist Ihre Philosophie?

Martin Junge: Die SIMA.EventAgentur steht für innovative und kreative Ideen. Wir planen, organisieren und setzen Events unserer Kunden um, wobei der Kunde alles aus einer Hand bekommen soll. Jeder Kunde soll sich auf seiner eigenen Veranstaltung als Gast fühlen können! Das ist uns wichtig! Unsere Philosophie lässt sich kurz und prägnant umschreiben: „100% Event“.

GHPublic: Ab welcher Preisklasse lohnt es sich bei Ihnen anzufragen



und auf welchen Pool von Dienstleistern greifen Sie zurück?

Martin Junge: Grundsätzlich bedienen wir alles in jeder Größe. Ob Geburtstage, Hochzeiten, Firmenveranstaltungen u.s.w. Da zur SIMA.Group ebenfalls ein Eventverleih gehört, macht es in jedem Fall Sinn anzufragen. Denn selbst wer nur Mietartikel für seine Veranstaltung benötigt, ist bei uns an der richtigen Adresse. Viele Kunden sind der Meinung ihre Veranstaltung selbst planen zu können, was ja auch vollkommen in Ordnung ist, da es sich meist um ein überschaubares Projekt (kleine Feier) handelt. Unter www.eventverleihdresden.de findet man alles Nötige um sein Event auszustatten. Der Pool an Partnerfirmen ist recht groß, da wir gern jedes Portemonnaie bedienen möchten. Was das Catering betrifft arbeiten wir viel mit dem Sternekoch Mario Pattis zusammen, da es auch menschlich einfach passt. Für den

kleineren Geldbeutel greifen wir dann auf andere Partner zurück. Ansonsten verfügen wir auch über ein großes Netzwerk an Künstlern, mit dem wir so ziemlich alle Bereiche abdecken können.

GHPublic: Wie schätzen Sie den Stellenwert von Events im Marketing-Mix ein?

Martin Junge: Events erfreuen sich immer wachsender Beliebtheit. Das liegt daran, dass es zu einem der wichtigsten Kommunikationsinstrumenten geworden ist. Das Eventmarketing basiert auf Emotion, Aktion und Motivation. Viele Unternehmen haben erkannt, dass es Sinnvoll und notwendig ist die Nähe zum Kunden zu suchen. Es geht darum eine persönliche Beziehung zum Kunden, sprich zur Zielgruppe des Unternehmens zu schaffen. Heutzutage verkauft man ausschließlich über Emotionen, vollkommen egal was, wann, wo und an wen!

GHPublic: Was bringt das alles eigentlich? Angesichts sich verschärfenden Wettbewerbsdrucks an gesättigten Märkten und zunehmenden Versagens massenmedialer Kommunikation sehen Unternehmen im Eventmarketing einen neuen Weg zum Kunden. Ist der Erfolg von Eventmarketing für den Kunden messbar/kontrollierbar?

Martin Junge: Druck ist das, was Du draus machst. Unser Markt ist natürlich übersättigt, mit allem was der Handel zu bieten hat. Es gibt tausende Bäcker, Fleischer, Eventagenturen, Anwälte und und und... und trotzdem gibt es sie. Wir sind auch nicht die einzige Eventagentur, auch wenn das schön wäre. Auf den übersättigten Märkten von heute suchen Kunden nach Differenzierungskriterien für Waren und Angebote: Wenn nicht der niedrigste Preis den Ausschlag gibt, spielt die emotionale Verbundenheit eine zunehmende Rolle. Diese Verbundenheit stellt sich dort ein, wo Unternehmen über das eigentliche Angebot hinaus Werte und Haltungen transportieren, die Kunden als sinnstiftend wahrnehmen und persönlich wertschätzen. Ein weiterer Faktor, der für Verbundenheit (ein „Wir-Gefühl“) sorgt, sind Interaktionsmöglichkeiten, die dem Kunden das Gefühl vermitteln, sich einbringen zu können. Das ist unser Ziel, eine „Wir-Marke“ zu erschaffen, dem Unternehmen ein Gesicht zu geben, um einen emotionalen Schulterschluss mit dem Kunden anzustreben.

GHPublic: Welche Art von Event organisieren Sie persönlich am liebsten? Und umgekehrt: wo würden Sie das Weite suchen?

Martin Junge: Am liebsten organisieren wir Events, bei denen wir uns kreativ auslassen können. Das heißt, unser Kunde gibt uns zwar Eckpunkte wie Budget und Motto, aber gestalterisch liegt das Konzept bei uns. Das Weite suchen wir nie, denn unser Bestreben ist es, jedem Kunden sein Event zu 100% zu bescheren. Sicher ist jeder Kunde anders, aber wenn es nicht so wäre, würde es ja langweilig werden.

GHPublic: Welches Event ist in Ihrer Erinnerung noch besonders positiv besetzt? Und was hat die SIMA zum guten Gelingen beigetragen?

Martin Junge: Negative Erinnerungen an vergangene Events haben wir nicht, da unsere Kunden am Ende immer voll zufrieden waren. Sicher hat man im Vorfeld Stress und weiß manchmal nicht wo einem der Kopf steht, aber das gehört nun mal dazu. Besonders gut hat mir persönlich ein Dinner für Rolls-Royce gefallen, da wir dort aus einem absolut sterilem Raum eine wundervolle Restaurant- Atmosphäre geschaffen haben. Mit schwebenden Kerzen, wunderschön dekorierten Tischen und einigen Anfertigungen aus unserer Kreativwerkstatt haben wir den Gästen ein unvergessliches Erlebnis bereitet. Der Anspruch dieser Veranstaltung war sehr hochgeschraubt, da sich unter den Gästen



■ Martin Junge, Thomas Gottschalk und Mario Patis (v.l.n.r.)

auch Thomas Gottschalk befand, was für unseren Auftraggeber ebenfalls extrem wichtig war.

GHPublic: Wohin geht es zukünftig mit der noch recht jungen Eventagentur hin und was sind die nächsten Projekte und Visionen?

Martin Junge: Ja wir haben noch einiges vor! Vorhin hatte ich die SIMA.Group erwähnt, welche das Dach für mehrere Unternehmen bildet. Zum Einen haben wir die SIMA.EventAgentur und den SIMA.EventVerleih, zum Anderen fangen wir 2013 an verstärkt Hochzeiten zu organisieren. Zu diesem Thema findet man unter SIMA.Weddings bald nähere Informationen. Das soll aber nicht das Ende der Fahnenstange sein. Ziel ist es, ein Franchise Unternehmen aufzubauen, um global agieren zu können. Bis dahin werden sicher noch einige Jahre ins Land gehen, aber der Kurs steht fest. Die nächsten Projekte sind das Weindorf für die Winzergenossenschaft, der Neujahresempfang für die Stadt Meißen und dann kommen schon die neuen Modelle von Ferrari und Co. Auf den Markt, welche alle präsentiert werden möchten. Wir freuen uns drauf und sind voller Spannung auf die Zukunft.

KONTAKT

SIMA.EventAgentur
Martin Junge
Tonberg 4
01662 Meißen

Telefon 03521-7540944

E-Mail kontakt@
sima-eventagentur.de

Internet www.sima-
eventagentur.de

NOWACK² IN ESSEN



■ Mario und Diana Nowack

„Im Leben ist es manchmal eben doch so, dass nicht immer das drinsteckt, wonach es auf den ersten Blick vielleicht aussieht“.

Es war einer jener goldenen Herbsttage, an dem eine schier unglaubliche Geschichte ihren Anfang nahm. Gerade überbrachte Frau Lindner Herrn Bernd Nowack eine dieser Initiativbewerbungen, auf die man als Steuerberater in den seltensten Fällen eigentlich wartet. Gerade aber zu jener Zeit suchte GHP Essen dringend nach Verstärkung für das Team. Eigentlich sollte die Bewerbung ja zuerst auf dem Stapel mit den anderen landen, aber mit einem Augenzwinkern sagte Frau Lindner nur „Schauen Sie doch gleich mal rein!“. Die Neugierde war geweckt

und das nicht ganz zu Unrecht. Die Bewerbung begann mit den Worten „Es geschah im Jahr 1982: Grüter · Hamich und Partner wurde gegründet und ich habe das Licht der Welt erblickt“. Kreative Bewerbungen sind ja das eine, aber „verrückte“ etwas ganz anderes. Die Sache ließ Herrn Nowack keine Ruhe und so kam es, dass sich jene, auf den Namen Diana Pilatzek hörende Person, persönlich vorstellte. Beide Seiten merkten recht schnell, dass die Chemie stimmt und so startete eine bis heute anhaltende Zusammenarbeit.

Gleichzeitig begann damit aber auch eine „verrückte“ Geschichte, deren Stillblüten bis in die heutige Zeit reichen. Denn weder Herr Nowack noch Frau Pilatzek konnten an jenem Tag wissen, dass im Herbst 2010 ein gewisser Mario Nowack im fernen Sachsen-Anhalt Diana Pilatzek einen Heiratsantrag machen würde. Diesem folgte dann im Sommer des Jahres 2011 die Hochzeit und seit August letzten Jahres arbeiten nunmehr Herr und Frau Nowack im selben Büro. Der geeignete Leser wird jetzt erahnen können, worauf die Geschichte hinaus läuft und in der Tat ... GENAUSO kam es. Die Hochzeitsreise war überstanden

und direkt nach dem Urlaub geht es sofort wieder ins Büro. Nur meldete sich jetzt nicht mehr Frau Pilatzek am Telefon, sondern Frau Nowack. Es dauerte nicht lange und der erste Anrufer bat sie darum, ihn doch bitte mit ihrem Mann zu verbinden. Ohne jede Hektik und wäre es das Normalste der Welt antwortete Frau Nowack, dass dies schwierig sein würde, da ihr Mann in der Huysenallee arbeitet und von Steuern nicht ganz so viel versteht. Nach einer kurzen Erklärung mussten beide über diese Geschichte herzlich lachen.

Noch besser war ein Mandant, der einige Zeit später als Reaktion auf eine E-Mail mit der Unterschrift von Diana Nowack direkt bei Herrn Bernd Nowack anrief, um ihm zur Hochzeit zu gratulieren. Nun ist es nicht so, dass man nicht gerne Glückwünsche zu seiner Hochzeit annimmt, wenn die Hochzeit jedoch bereits 14 Jahre zurück liegt, darf das doch etwas erstaunen. Auch Herr Nowack konnte sich ein Schmunzeln nicht verkneifen und klärte das Missverständnis alsbald auf.

Manchmal ist das Leben eines Steuerberaters aber auch wirklich nicht einfach.



Quelle: Gerd Altmann/pixelio.de



■ Bernd, Paul und Christine Nowack

KEIN ERMÄSSIGTER UMSATZSTEUERSATZ FÜR ÜBERLASSUNG VON ZIMMERN AN PROSTITUIERTE

Die entgeltliche Überlassung von Räumlichkeiten an Prostituierte ist keine Beherbergungsleistung, die vom ermäßigten Umsatzsteuersatz von 7 Prozent erfasst ist. Bei den an die Prostituierten überlassenen Zimmern handelt es sich nicht um Wohn- oder Schlafräume, sondern um Gewerberäume.

Der Sachverhalt: Die Klägerin, eine GmbH, betrieb ein Bordell. Das in einem Rotlicht-Viertel gelegene Gebäude war für die Erbringung sexueller Dienstleistungen besonders hergerichtet und verfügte u.a. über ein Solarium, ein Kosmetikstudio und eine Kontakt-Lounge. Die Klägerin vermietete die Zimmer tage- und wochenweise an Prostituierte zu einem Entgelt von 110 bis 170 € pro Tag.

Die Klägerin nahm am bundesweit praktizierten „Düsseldorfer Verfahren“ teil. Sie behielt von der Miete für jeden Anwesenheitstag einer Prostituierten einen bestimmten Tagessatz ein und führte diesen monatsweise als besonderen Vorauszahlungsbetrag auf die Einkommen-

und Umsatzsteuer der Prostituierten an das Finanzamt ab.

Bis Ende 2009 unterwarf die Klägerin die vereinnahmten Mieten einem Umsatzsteuersatz von 19 Prozent. Ab Januar 2010 setzte die Klägerin infolge des Inkrafttretens des ermäßigten Steuersatzes für Beherbergungsleistungen erstmals einen Steuersatz von 7 Prozent an. Das Finanzamt vertrat die Auffassung, dass die Anwendung des ermäßigten Steuersatzes nicht gerechtfertigt sei.

Das FG wies die hiergegen gerichtete Klage ab. Die Revision zum BFH wurde wegen grundsätzlicher Bedeutung der Rechtssache zugelassen.

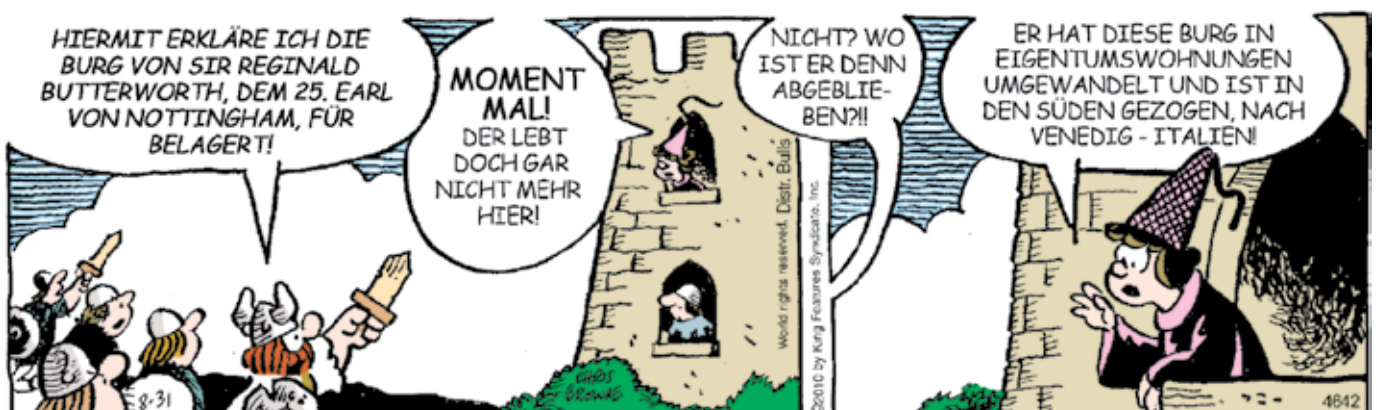
Die Gründe: Die entgeltliche Überlassung von Räumlichkeiten an Prostituierte ist keine Beherbergungsleistung, die vom ermäßigten Umsatzsteuersatz von 7 Prozent erfasst ist.

Dem ermäßigten Umsatzsteuersatz unterfällt die Vermietung von

Wohn- und Schlafräumen, die ein Unternehmer zur kurzfristigen Beherbergung bereithält. Bei den an die Prostituierten überlassenen Zimmern handelt es sich jedoch nicht um Wohn- oder Schlafräume, sondern um Gewerberäume. Bei der Überlassung der Räume steht im Vordergrund, in den überlassenen Räumen sexuelle Leistungen gegen Entgelt zu erbringen. Die Prostituierten beabsichtigen auch nicht, in den Zimmern für kurze Zeit zu wohnen. Vielmehr wollen sie dort in erster Linie ihrer beruflichen Tätigkeit nachgehen. Dies gilt auch dann, wenn einige der Prostituierten in dem Gebäude übernachteten.

Die Klägerin überlässt auch nicht lediglich die Zimmer, sondern stellt die zur Ausübung der Prostitution erforderliche Infrastruktur zur Verfügung. Die Prostituierten zahlen die Zimmermiete auch nicht für den Empfang einer Beherbergungsleistung, sondern für die Bereitstellung einer Infrastruktur zur Ausübung ihres Berufs.

Quelle: FG Düsseldorf NL vom 5.7.2012



Kanzlei-Leitsätze

Unser oberstes Ziel ist die dauerhafte Zufriedenheit und die Bewahrung des Vertrauens der Mandanten und Geschäftspartner in die Leistungen der Kanzlei.

Wir streben eine hohe Leistungsqualität zur Steigerung der Mandantenzufriedenheit an.

Wir sind ein modernes, innovatives Dienstleistungsunternehmen mit einem hohen persönlichen Qualitätsanspruch eines jeden Beteiligten von der Kanzleiführung bis zum Auszubildenden.

Wir arbeiten regelmäßig am Ausbau neuer Geschäftsfelder und Aktivitäten, um die Beratung und Betreuung der Mandanten auch in Spezialbereichen sicher stellen zu können.

Der Einsatz innovativer Technologien ist für uns zukunftsweisend.

Wir wollen eine Verbesserung der Wertschöpfung aller.

Linktipps

www.ghpublic.de

www.personal-rat.net

www.gh-potenzial.net

www.ghp-potentialberatung.de

www.bundesfinanzhof.de

www.bundesfinanzamt.de

www.provinzial.com

www.stiftungen.org

www.geffroy.com

www.sima-eventagentur.de

Kanzleien

Duisburg

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

Düsseldorf

Five For Future
Esprit Arena
Arenastrasse 1
40474 Düsseldorf
☎ 0211 15981632
info@ghp-duesseldorf.de

Essen

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

Wesel

Lübecker Straße 27
46485 Wesel
☎ 0281 952350
info@ghp-wesel.de

Krefeld

Schillerstraße 97 - 101
47799 Krefeld
☎ 02151 85990
info@ghp-krefeld.de

Meißen

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

www.g-h-p.de

Zertifiziert nach
DIN ISO 9001: 2008
und ausgezeichnet mit dem
DStV-Qualitätssiegel.

Impressum

GHPublic
© 2012 Alle Rechte vorbehalten

Ausgabe

3/2012

Erscheinungsweise

4mal jährlich

Redaktionsschluss

28.09.2012

Herausgeber

Bernd Nowack
Marc Tübben
Grüter • Hamich & Partner

Redaktion

Katja Springer
Grüter • Hamich & Partner
Ratsweinberg 1
01662 Meißen
03521 740725
03521 740714
redaktion@ghp-meissen.de

Telefon

Telefax

E-Mail

Layout & Satz

simple:graphic
Kathrin Antrak
info@simple-graphic.de

Fotoquellen

photocase: 4, 5, 10
pixelio: Titelbild, 2, 3, 8, 10, 11, 14

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.