



Von Steuerberater
Dr. Jürgen R. Karsten,
ETL Franchise GmbH
Steuerberatungsgesellschaft

Reisekostenrecht ab 2014

Franchisenehmer müssen handeln – Abrechnungen der Verpflegungspauschalen werden einfacher

Ab Januar 2014 können Verpflegungspauschalen einfacher abgerechnet werden.

Für Dienstreisen ohne Übernachtung mit einer Abwesenheit von mehr als acht Stunden (bisher mindestens 14 Stunden) gilt ein Verpflegungsmehraufwand von 12 Euro. Für mehrtägige Auswärtstätigkeiten wird für den An- und Abreisetag, unabhängig von einer Mindestabwesenheitszeit, jeweils ein Pauschbetrag von 12 EUR gewährt. Für ganztägige Abwesenheiten gibt es weiterhin 24 EUR. Die Verpflegungspauschalen können entweder als Betriebsausgabe bzw. Werbungskosten geltend gemacht oder dem Arbeitnehmer vom Arbeitgeber steuerfrei erstattet werden.

Neuerungen bei der regelmäßigen Arbeitsstätte

Der Begriff der „regelmäßigen Arbeitsstätte“ wird durch den Begriff „erste Tätigkeitsstätte“ ersetzt. Die „erste Tätigkeitsstätte“ ist dabei in den meisten Fällen dort, wo man ständig arbeitet.

Schwieriger wird es für diejenigen, die abwechselnd in verschiedenen Filialen tätig werden. Wird ein Arbeitnehmer von seinem Arbeitgeber dauerhaft einer bestimmten Filiale zugeordnet, dann ist diese seine „erste Tätigkeitsstätte“. Ordnet der Arbeitgeber den Arbeitnehmer keiner Filiale zu, dann wird eine Filiale nur dann zur „ersten Tätigkeitsstätte“, wenn der Arbeitnehmer dort dauerhaft arbeitstäglich oder wöchentlich mindestens zwei volle Arbeitstage bzw. mindestens ein Drittel seiner Arbeitszeit tätig werden soll.

Für Fahrten zu einer solchen „ersten Tätigkeitsstätte“ darf der Arbeitnehmer nur 0,30 EUR je Entfernungskilometer als Werbungskosten geltend machen (sogenannte Pendlerpauschale). Fahrten zu den anderen Filialen dürfen dagegen mit 0,30 EUR für jeden gefahrenen Kilometer abgerechnet werden.

Tipp

Die Zuordnung zu einer ersten Tätigkeitsstätte ab 2014 ist vorrangig anhand der arbeits- oder dienstrechtlichen Festlegungen durch den Arbeitgeber vorzunehmen und zu dokumentieren. Stellen Sie sich daher rechtzeitig auf die Änderungen ein. Versäumen Sie es nicht, Ihre Reisekostenabrechnungen auf die neuen Verpflegungspauschalen umzustellen! Wir unterstützen und beraten Sie gern!

Leserbrief an den Spiegel

von Ulrich Kessler, Herausgeber des FranchisePORTAL



Unter dem Titel „Die Franchise-Falle“ in der SPIEGEL-Ausgabe 36/2013 werde ich als Unternehmensberater bezeichnet, der sich seines „Franchise-Portals“ rühmt und Geld für eine „Erfolgsstory“ oder ein Interview erhält, in denen sich Franchisegeber selbst beweihräuchern dürfen.

Tatsächlich übe ich nicht den Beruf eines Unternehmensberaters aus, sondern bin seit fast zwei Jahrzehnten Herausgeber elektronischer Medien, darunter befindet sich das marktführende FranchisePORTAL. Mit der Bezeichnung als Unternehmensberater soll offenbar meine Nähe zu Unternehmen unterstrichen werden, die nach dem Tenor des Berichts für 4.000 Rechtsstreitigkeiten mit Franchisenehmern, einem Schuldenberg von 250.000 EUR pro Franchise-Nehmer und einen Gesamtschaden von 0,5 Mrd. EUR pro Jahr verantwortlich sind. Tatsächlich reichen wenige Stichproben bei den erwähnten 60 Anwälten aus, um die Zahl von 4.000 Rechtsstreitigkeiten ad absurdum zu führen. Ähnliches gilt für den Schuldenberg von durchschnittlich 250.000 EUR pro pleite gegangenen Franchisenehmer. Das durchschnittliche Investment eines Franchise-Nehmers liegt – auf der Grundlage von ca. 50 % aller Franchisesysteme – bei 85.000 EUR, womit der dreifache Schaden wenig plausibel erscheint. Ein jährlicher Gesamtschaden von „zurückhaltend geschätzt 500 Millionen Euro im Jahr“ würde bedeuten, dass ca. 2.000 Franchisenehmer pro Jahr Insolvenz anmelden müssten und ca. 7 % aller Insolvenzen auf Franchising entfielen. Im Rahmen einer professionellen Recherche lässt sich auch diese Zahl durch Stichproben im Insolvenzregister überprüfen und m.E. eindeutig widerlegen.

In dem Artikel wird eingeräumt, dass niemand „die genaue Zahl der gescheiterten Franchisegeber und -nehmer“ kennt. Trotzdem wagt der verantwortliche Redakteur folgenden Vergleich: „Die Wahrscheinlichkeit, einen seriösen Franchisegeber zu finden, sei kaum höher als im Glücksspiel zu reüssieren.“ Will der Autor damit sagen, dass der Umsatz der deutschen Franchisewirtschaft von 61,2 Mrd. Euro in 2012 von lauter unseriösen Unternehmen realisiert

wird? Wer sind dann die wenigen Glücklichen unter den 72.700 Franchisenehmern, die das große Los gezogen haben und einen Millionenumsatz erzielen?

In dem Artikel wird ferner behauptet, dass „der mächtige Deutsche Franchise-Verband“ und seine Mitglieder ein eigenes Gesetz für die Branche ablehnen. Ich denke nicht, dass das Bundesjustizministerium vor einem Verband mit einigen hundert Mitgliedern einknickt. In der Diskussion geht es vielmehr um die Frage, inwieweit ein eigenes Franchisegesetz für mehr Rechtssicherheit sorgen würde. Während die meisten Experten diese Frage verneinen und die Franchisegeber zusätzlichen bürokratischen Aufwand befürchten, würde ein Blick über die Landesgrenzen die Diskussion versachlichen und etwaige Defizite im bestehenden deutschen Franchiserecht aufzeigen.

Im deutschen Franchising ist zweifellos so manches verbesserungsfähig, insbesondere muss die Zahl der Insolvenzen durch verbesserte Auswahlprozesse und eine kompetentere Betreuung der Franchisenehmer gesenkt werden. Doch hilft es keinem Gründer, wenn fragwürdige Zahlen aus unbekanntenen Quellen über die Medien verbreitet werden. Aus meiner Sicht sollte das Bundeswirtschaftsministerium ein neutrales Institut mit der Überprüfung dieser Zahlen beauftragen. Anschließend kann die Franchisewirtschaft Jahr für Jahr daran gemessen werden, ob es ihr gelingt, die Zahl und den Umfang der Insolvenzen zu verringern.

Last not least: Der im SPIEGEL-Artikel erwähnte Preis für eine Erfolgsstory oder ein Interview des FranchisePORTAL bezieht sich nicht auf die Erstellung, sondern den Newsletter-Versand an rund 15.000 Interessenten. Eine angebliche „Selbstbeweihräucherung“ seitens der Franchisegeber wird von unserer Redaktion nicht unterstützt. Auch eine Website muss sich nicht zwangsläufig auf die Funktion einer Werbeplattform beschränken, sondern kann seinen Besuchern kritische Hinweise und Anregungen bieten. Das versuchen wir zu tun!