

Mehrwertsteuer wird digital

Die Eidgenössische Steuerverwaltung (ESTV) hat während der letzten drei Jahre den Online-Service weiterentwickelt und stetig weitere Funktionen hinzugefügt. Bereits heute profitieren über 100 000 Unternehmen von zahlreichen Vorteilen. Seit Anfang 2018 akzeptiert die ESTV schon keine Abrechnungen mehr, welche nicht auf dem Originalformular eintreffen. In absehbarer Zeit wird die Online-Version Standard und die ESTV empfiehlt deshalb, den Umstieg bereits jetzt zu vollziehen.

ESTV Suisse Tax

Mit dem Steuerportal «ESTV Suisse Tax» können sich die Unternehmungen und Treuhänder anmelden und von den Vorteilen der Online-Abrechnung profitieren. Der Postversand für Fristverlängerungen und Abrechnungen fällt dadurch weg, das spart Kosten und Zeit. Neu lassen sich die Abrechnungsdaten direkt aus dem Buchhaltungsprogramm hochladen, sofern die Software diese Funktion unterstützt. Neu können auch Eintragungs- und Unternehmerbescheinigungen (ohne Apostille) von den steuerpflichtigen Personen online bestellt werden.

Vorgehen für Kunden der axalta Treuhand AG

Unsere Kunden müssen vorderhand nichts unternehmen. Wir werden die individuellen Bedürfnisse abklären und das weitere Vorgehen betreffend die Online-Abrechnung der MWST-Formulare prüfen. Eine entsprechendes Schreiben wird dann zu gegebener Zeit folgen.

Neue Versandhandelsregelung ab 1.1.2019

Mit der Teilrevision des MWST-Gesetzes ab 1.1.2018 wurde auch die Versandhandelsregelung neu definiert. Im Gegensatz zu den übrigen Änderungen treten diese erst ab dem kommenden Jahr in Kraft. Werden Waren in die Schweiz importiert, bei welchen der Steuerwert unter fünf Franken beträgt (Warenwert bis CHF 65 zum Steuersatz von 7,7 % bzw. bis CHF 200 zum Steuersatz von 2,5 %), wird aus wirt-

schaftlichen Gründen auf die Erhebung einer Einfuhrsteuer verzichtet. Dadurch sind solche Kleinsendungen gegenüber den Inlandlieferungen bevorzugt, da diese Inlandlieferungen der Umsatzsteuer unterstehen.

Kleinsendungen gelten ab dem 1.1.2019 für in- und ausländische Unternehmen als Inlandlieferungen. Ab einem jährlichen Umsatz von CHF 100 000 werden diese Unternehmen ab dem kommenden Jahr in der Schweiz bei der Mehrwertsteuer registrierungspflichtig. Auch nach Einführung der Versandhandelsregelung gilt, dass bis zum Steuerbetrag von fünf Franken keine Einfuhrsteuer erhoben wird.

Werden im Jahr 2018 Umsätze von mindestens CHF 100 000 aus Kleinsendungen erzielt, und es ist davon auszugehen, dass diese Umsätze auch in Zukunft erreicht werden, müssen sich diese Unternehmen ab dem kommenden Jahr registrieren lassen. Diese Registrierungspflicht ergibt eine Vielzahl von administrativen Massnahmen und muss gut geplant werden.

Personelles – Weiterbildung

Unser Mitarbeiter **Benjamin Plüss** hat sich während den letzten drei Jahren berufsbegleitend weitergebildet und im Sommer 2018 die **Weiterbildung zum diplomierten Treuhandexperten** erfolgreich abgeschlossen.

Wir freuen uns sehr und gratulieren ihm ganz herzlich zu dieser ausserordentlichen Leistung. Zudem wünschen wir ihm weiterhin viel Freude und Erfolg im Berufsleben.



Öffnungszeiten während der Festtage

Unsere Büros bleiben während der Festtage vom Montag 24.12.2018 bis Freitag 4.1.2019 geschlossen. Im Namen des gesamten axalta-Teams bedanken wir uns herzlich bei Ihnen für die gute Zusammenarbeit und das uns entgegengebrachte Vertrauen. Wir wünschen Ihnen und Ihren Angehörigen besinnliche und erholsame Feiertage, für das neue Jahr gute Gesundheit und weiterhin viel Erfolg.

DIGITALISIERUNG – WO STEHEN DIE SCHWEIZER KMU?

Einleitung

Im Jahr 2000 waren in der Schweiz 3,5 Millionen Menschen offline, heute sind es gerade noch rund 800'000. Diese rasante Entwicklung zeigt eine aktuelle Studie von Netmetrix. Die Digitalisierung wird gegenwärtig unter verschiedenen Stichworten wie «digitale Transformation», «Industrie 4.0» bzw. «Industrie 2025» wahrgenommen. Der digitale Wandel prägt Markt, Umwelt und Gesellschaft. Unternehmen aller Branchen und Grössen sind betroffen und gezwungen, aufgrund neuer Technologien ihre Geschäftsmodelle grundlegend zu überdenken.

Grossunternehmen digitalisieren zunehmend mit grossem finanziellem Aufwand ihre Prozesse. Bei KMU hingegen ist diese Entwicklung unterschiedlich weit fortgeschritten. Die Digitalisierung wird weitgehend von Einzelpersonen geprägt und ist ein laufender Prozess. Jedoch ist dieser Wandel zu meist noch zu wenig in der Unternehmenskultur verankert. Um flexibel auf Veränderungen reagieren zu können, braucht es eine Kultur, die alle Veränderungsprozesse einbezieht.

Schweizer KMU konzentrieren sich vorwiegend auf die Digitalisierung der internen Prozesse, Webseiten oder E-Commerce-Lösungen. Laufende Veränderungen des Bestehenden fallen ihnen leichter und der Kunde steht nach wie vor im Mittelpunkt. Die oft vorhandenen Daten machen sich die KMU jedoch bislang selten zunutze. Dabei erwarten die Kunden konkrete Angebote mit einfacher und intuitiver Benutzerführung.

Studien zum Digitalisierungsgrad

Der Digitalisierungsgrad von Schweizer KMU variiert gemäss verschiedenen Studien stark. Die Grösse des Unternehmens und das Alter der Geschäftsleitung stehen dabei in einer Wechselwirkung. Die Telekommunikations- und Medienbranche sowie der öffentliche Sektor sind am stärksten digitalisiert. Die internen Prozesse und die Weiterbildung des Personals geniessen in vielen KMU eine hohe Priorität.

Die Neugestaltung eines Geschäftsmodells stellt für ein Unternehmen einen grossen Einschnitt dar, weshalb viele sich auf die Anpassung bestehender Prozesse konzentrieren. Heute sehen sich dagegen diejenigen Unternehmen im Vorteil, welche sich für eine Transformation des Geschäftsmodells entschieden haben. Sie sind der Meinung, dass sich das finanzielle Engagement für die Digitalisierung gelohnt hat. Für die Studien wurden Online-Befragungen durchgeführt, welche durch Experteninterviews der Berufs- und Branchenverbände interpretiert wurden.

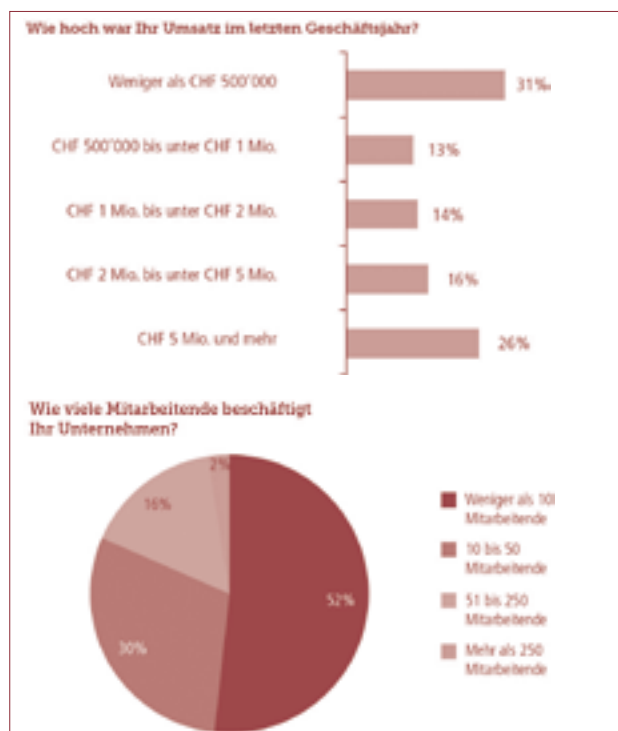
Zudem fanden Gespräche mit verschiedenen Unternehmen statt, die beim Thema Digitalisierung eine Vorreiterrolle einnehmen, so dass andere KMU von deren Erfahrungen profitieren können. Es geht in den vorgenommenen Studien darum, eine umfassende Bestandsaufnahme vorzunehmen und den Einfluss und die Bedeutung der Digitalisierung für Schweizer KMU zu untersuchen.

Was verstehen KMU unter Digitalisierung

Es gibt kein einheitliches Begriffsverständnis für die Digitalisierung, zumal für die Unternehmen ganz unterschiedliche Aspekte und Schwerpunkte gelten. Viele KMU verstehen unter Digitalisierung die Entwicklung zur virtuellen Organisation. Es geht um die Flexibilität hinsichtlich der zeitlichen, räumlichen und funktionalen Grenzen. Darüber hinaus ist die Entwicklung zum papierlosen Büro ein wesentlicher Teil.

Ergebnisse der Studien

Die befragten Unternehmen kommen aus allen Regionen der Schweiz. Fast ein Viertel der befragten Schweizer KMU hat ihren Hauptsitz im Mittelland. Da vor allem Kleinstunternehmen befragt wurden, liegt der Umsatz von gut einem Drittel der befragten KMU bei weniger als einer halben Million Franken. Die folgenden grafischen Darstellungen illustrieren Umsatz und Mitarbeiter der befragten Unternehmen.



Quellenangabe Grafik: PwC Schweiz sowie FHS St. Gallen

Bewertungsskala

Gemäss der folgenden Bewertungsskala konnten die befragten Unternehmen den Reifegrad ihrer Digitalisierung bewerten. Die Umschreibung des jeweiligen Skalenabschnitts für die vier Unternehmensbereiche enthält dabei keine wertenden Aussagen.

	1	2	3	4
Prozesse und Infrastruktur	Unsere internen Prozesse sind teilweise rudimentär digital, teilweise manuell.	Unsere Prozesse sind digital und teilweise teilweise digitalisiert.	Die internen Prozesse sind digital und die externen sind teilweise digitalisiert.	Alle unsere Prozesse sind auf einen einzigen digitalen Pfad basierend.
Digitaler Verkauf	Wir haben eine manuelle Vertriebsstrategie für den Verkauf.	Unsere Onlinevertriebsstrategie wird durch existierende Massnahmen und digitale Services ergänzt.	Wir stellen Kunden individualisierte Angebote aufgrund von Big Data zur Verfügung.	Wir haben unser Geschäftsmodell mit der Digitalisierung grundlegend verändert.
Kundeninvolvement	Kunden können über digitale Kanäle standardisierte Feedback geben.	Kundenfeedbacks werden automatisch erfasst und analysiert.	Kunden werden digital reinvolviert in Geschäftsprozesse (z.B. Sales, Recruitment).	Kunden werden digital in alle Geschäftsprozesse eingebunden (Sales, Recruitment etc.).
Mitarbeiter und Kultur	Die Digitalisierung spielt bei den Mitarbeitern kaum eine Rolle.	Es wird darauf geachtet, dass Mitarbeiter digitale Kompetenzen erlangen.	Wir fördern unsere Mitarbeiter mit Schulungen und Experten im Bereich Digitalisierung.	Wir fördern unsere Mitarbeiter u.a. aufgrund digitaler Fähigkeiten aus und fördern so die Innovation.

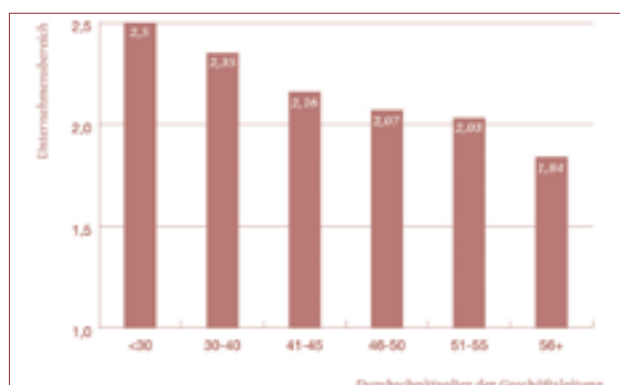
Digitalisierungsgrad Schweizer KMU

Aus den beiden folgenden Abbildungen ist einerseits das Defizit in der Digitalisierung der Kundeninvolvement zu erkennen. Nur gerade 42 % der befragten Unternehmen binden die Kunden in ihre Geschäftsprozesse ein. Andererseits zeigen die Resultate deutlich, dass die Förderung der digitalen Fitness der Mitarbeiter einen hohen Stellenwert einnimmt.



Eine Frage des Alters

Je jünger die Geschäftsleitung, desto höher der Digitalisierungsgrad des Unternehmens. Diese Erkenntnis erstaunt nicht, da digitale Themen oft jüngeren Generationen zugeschrieben werden, weil diese vertrauter damit sind. Eine junge Unternehmensführung scheint den Grad der Digitalisierung positiv zu beeinflussen.



Junge Unternehmen, sogenannte Startups, welche oft eine jüngere Geschäftsleitung aufweisen, schlagen meist von Anfang an den digitalen Weg ein. Zudem stehen jüngere Generationen neuen Technologien in der Regel offener gegenüber, da sie in einem technologiegetriebenen Zeitalter geboren wurden und mit Onlinemedien aufgewachsen sind.

Die Branche entscheidet mit

Je nach Branche unterscheiden sich die internen Abläufe. Daher zeigt sich auch der Digitalisierungsgrad in den Branchen unterschiedlich ausgeprägt. Es erstaunt, dass der öffentliche Sektor den zweithöchsten Digitalisierungsgrad ausweist. Dies liegt jedoch auch daran, dass Stiftungen und Schulen zu diesem Sektor gezählt werden, welche tendenziell stärker digitalisiert sind. Detailhandelsunternehmen scheinen aufgrund der stetig wachsenden Onlineangebote ihre Digitalisierung voranzutreiben. Hier sind insbesondere im Kundenkontakt innovative Lösungen gefragt.



Dass der Finanzdienstleistungssektor digital weniger ausgereift ist, mag daran liegen, dass die Regulierungen eine digitale Entfaltung bremsen, wenn nicht verunmöglichen. Auch die Bereiche Energie und Versorgung sowie das Gesundheitswesen sind digital weniger fortgeschritten. Gerade im Gesundheitswesen wird an neuen Rahmenbedingungen gearbeitet. Im Rahmen des bundesrätlichen Berichts «Gesundheit 2020» äussert sich dies zum Beispiel in der neuen gesetzlichen Regelung zum elektronischen Patientendossier. Daneben gewinnen E-Health-Themen und Telemedizin an Bedeutung und langfristig verschiebt sich dieser Markt hin zu einem digitalen, immer stärker vernetzten System. Der Trend zur individualisierten oder personalisierten Medizin ist zu erkennen und erlaubt vermehrt persönliche Therapieformen.

Digitalisierung als Chance oder Herausforderung

Die zunehmende Nutzung digitaler Technologien stellt eine Veränderung der Rahmenbedingungen dar und zählt somit zu den externen Umweltfaktoren.

Diese haben für Unternehmen grosse Bedeutung und sollten im Blickfeld bleiben, obschon diese kaum oder nur äusserst eingeschränkt beeinflussbar sind. Daraus ergibt sich die Frage, ob diese Veränderung aus der Perspektive des Unternehmens eher als Chance oder Herausforderung wahrgenommen wird.

Chancen der Digitalisierung

Die Auswertung der offenen Antworten aller befragten KMU brachte hinsichtlich der wahrgenommenen Chancen unterschiedliche Aspekte zum Vorschein. Interne Aspekte wie Kosteneinsparungen, Effizienzsteigerung oder Ressourcenschonung stehen eher im Vordergrund. Auch bei der schlanken Organisation und den flexiblen Arbeitsformen handelt es sich eher um unternehmensinterne Aspekte. Unter dem Begriff «Business Ecosystems» werden die beiden Punkte Kooperationen und Vernetzung aufgeführt, welche eine engere Zusammenarbeit mit externen Partnern sehen. Vielfach kann keine klare Grenze zwischen Wettbewerbern und Kooperationspartnern gezogen werden. Um externe Perspektiven geht es ebenfalls bei den offenen Antworten Kundennähe, Einkaufserlebnis und Erschliessung neuer Märkte. Die Digitalisierungschancen liegen vor allem in der besseren Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen.

In den Branchen lassen sich unterschiedliche Chancen der Digitalisierung feststellen. Während industrielle Zweige vor allem die Verbesserung der Produktivität und die Automatisierung anstreben, stehen bei anderen Branchen die Gewinnung von Neukunden oder neue Geschäftskonzepte im Vordergrund.

Herausforderungen der Digitalisierung

Neue Technologien sind in der Regel auch mit Gefahren bzw. Herausforderungen verbunden. Dazu zählen die befragten KMU die zunehmende Komplexität und die geforderte höhere Flexibilität und Geschwindigkeit. Die zunehmende Nutzung digitaler Technologien führt dazu, dass kontinuierlich immer grössere Datenmengen entstehen. Die

Gewährleistung der Datensicherheit stellt daher gemäss Umfragen eine zentrale Herausforderung dar. Dabei geht es vor allem um den Schutz vor unerlaubtem Zugriff sowie Angriffe von innen und aussen auf die IT-Systeme eines Unternehmens.

Die digitale Transformation erfordert von den Unternehmen Investitionen. Die KMU nehmen den teils hohen Investitionsbedarf aufgrund fehlender technischer Voraussetzungen als eine der wichtigsten Herausforderungen wahr. In Kombination mit oftmals fehlenden finanziellen Ressourcen bei KMU können notwendige Investitionen in technisch anspruchsvolle Lösungen dazu führen, dass sich der Markteintritt für Startups verzögert. Durch die höheren Kapitalkosten erhöht die Digitalisierung somit den Fixkostenanteil der betroffenen Unternehmen. Dies kann dazu führen, dass der Wettbewerbsdruck intensiver wird.

Die Digitalisierung stellt neue Anforderungen an die Mitarbeitenden und führt zu neuen Arbeitszeitmodellen und Tätigkeitsfeldern, für die es neue Kompetenz- und Qualifikationsprofile braucht. Vor diesem Hintergrund ist es naheliegend, dass die fehlende Kompetenz bei den Mitarbeitenden als zentrale Herausforderung im Vordergrund steht.

Die Digitalisierung vereinfacht den Aufbau von Vergleichsplattformen, die in Branchen wie dem Gastgewerbe bereits eine starke Marktposition erlangt haben. Konsumenten können heutzutage über das Internet mit nur wenigen Klicks die Preise unterschiedlicher Anbieter vergleichen. Die Markttransparenz und somit ein verstärkter Preiswettbewerb zählen zu den grössten Herausforderungen der Digitalisierung.

Fazit

Die Digitalisierung lässt sich nicht aufhalten und ist ein kontinuierlicher Prozess. Sehen Sie die Digitalisierung als Chance und starten Sie mit einfachen Schritten, z. B. digitale Ablage der Debitorenrechnungen. Wir stehen Ihnen mit Rat und Tat zur Seite, damit Sie die Herausforderung annehmen und die erhofften Ziele für Ihr Unternehmen erreicht werden können.