

VEREINFACHUNGEN FÜR PHOTOVOLTAIKANLAGEN

01
2023

EFFIZIENTE PATIENTEN- KOMMUNIKATION IN DER ZAHNARZTPRAXIS



VEREINFACHUNGEN FÜR PHOTOVOLTAIKANLAGEN

Der Anstieg von Strom- und Gaspreisen beschäftigt viele Bürgerinnen und Bürger. Besitzer einer Photovoltaikanlage (PV-Anlage) oder eines Blockheizkraftwerks (BHKW) haben durch eigene Energiegewinnung Kostenvorteile. Der Gesetzgeber möchte die Anschaffung von Photovoltaikanlagen fördern und hat einige Steuerbefreiungen und Vereinfachungen im Rahmen des Jahressteuergesetzes 2022 umgesetzt.

WAS GALT BISHER?

Bisher waren Gewinne aus der Einspeisung von Energie in der Einkommensteuererklärung anzugeben und zu versteuern. Gleiches galt für selbsterzeugten Strom, der im eigenen Haushalt verbraucht wird, sofern die Kosten aus der Anschaffung der Anlage steuerlich geltend gemacht wurden (Versteuerung der Privatentnahme). Unter bestimmten Voraussetzungen konnten bisher Gewinne aus Photovoltaikanlagen jedoch auf Antrag als Liebhabereibetrieb behandelt werden. Dies bedeutet, dass nach erfolgreicher Antragstellung, Gewinne aus der Einspeisung inkl. Privatentnahmen nicht mehr der Einkommensteuer unterworfen werden mussten. Auch eine Gewinnermittlung war nicht mehr abzugeben, was zu geringeren Steuerberatungskosten führte. Die Steuerbefreiung galt auch für die Gewerbesteuer. Wurde der Antrag gestellt, so wurden die Einkünfte rückwirkend für alle noch nicht endgültig veranlagten Kalenderjahre gestrichen. Dies betraf Steuerbescheide, die unter dem Vorbehalt der Nachprüfung oder mit einem Vorläufigkeitsvermerk erlassen wurden. In vielen Fällen war die Antragstellung sinnvoll. In einigen Fällen konnte durch den Antrag jedoch auch ein steuerlicher Nachteil entstehen, insbesondere dann, wenn Investitionsabzugsbeträge oder Sonderabschreibungen geltend gemacht wurden und dadurch steuerliche Verluste aus dem Betrieb der Photovoltaikanlage be-

rücksichtigt werden konnten.

BIN ICH NACH ANTRAGSTELLUNG AUCH VON DER UMSATZSTEUER BEFREIT?

Nein, das Wahlrecht zur Behandlung der Photovoltaikanlage als Liebhabereibetrieb gilt nur für die Einkommen- und Gewerbesteuer. Die Befreiung der Erklärungspflicht bezieht sich jedoch nicht auf die Umsatzsteuererklärung. Hier müssen Sie in jedem Fall eine Steuererklärung einreichen. Dies gilt sowohl für den Fall, dass Sie der Regelbesteuerung unterliegen, als auch für den Fall, dass Sie die Kleinunternehmenschaft gewählt haben. Die Kleinunternehmenschaft können Sie in Anspruch nehmen, wenn der Gesamtbetrag Ihrer Einkünfte im vorangegangenen Kalenderjahr 22.000 € nicht überstiegen hat und im laufenden Kalenderjahr 50.000 € voraussichtlich nicht übersteigen wird. Sollten Sie umsatzsteuerlich als Kleinunternehmer geführt werden, hat dies zur Folge, dass Sie keine Umsatzsteuer an das Finanzamt abführen müssen, aber im Gegenzug auch keine Vorsteuerabzugsberechtigung haben.

WAS GILT SEIT DEM 1.1.2023 RÜCKWIRKEND FÜR PHOTOVOLTAIKANLAGEN AB DEM VERANLAGUNGSZEITRAUM 2022?

Der Gesetzgeber hat mit Verabschiedung des Jahressteuergesetzes 2022 insbesondere die steuerliche Berücksichtigung der PV-Anlage vereinfacht und eine Steuerbefreiung für die Ertragsteuer eingeführt.

Für die Steuerbefreiung bei der Ertragsteuer müssen folgende Voraussetzungen erfüllt sein:

- Anlagen bis 30 kW auf Einfamilienhäusern und Gewerbegebäuden (einschließlich Dächern von Garagen und Carports oder anderweitiger Nebengebäude)

- Anlagen bis 15 kW pro Wohn- oder Gewerbeeinheit auf überwiegend zu Wohnzwecken genutzten Gebäuden (gemischt genutzte Gebäude und Mehrfamilienhäuser)
- Die Gesamtleistung bei mehreren Anlagen darf 100 kW je Steuerpflichtigen nicht übersteigen

Die Steuerbefreiung gilt unabhängig von der Verwendung des erzeugten Stroms. Sie gilt auch dann, wenn die Wohnung nicht zu eigenen Wohnzwecken genutzt wird. Das Aufladen von privaten oder betrieblich genutzten E-Autos sowie die vollständige Einspeisung ohne eigene Nutzung des erzeugten Stroms steht der Steuerbefreiung nicht entgegen. Ob die oben genannten Voraussetzungen bei Ihnen vorliegen, prüfen wir gerne im Rahmen der Erstellung Ihrer Einkommensteuererklärung 2022.

WELCHE ÄNDERUNGEN SIND IM BEREICH DER UMSATZSTEUER AB DEM 01.01.2023 EINGETRETEN?

Ab dem 01.01.2023 ist für die Lieferung sowie die Installation von Photovoltaikanlagen, die auf und in der Nähe von Privatwohnungen errichtet werden, ein Umsatzsteuersatz von 0 % umgesetzt. Dies gilt ebenfalls für alle für den Betrieb einer Photovoltaikanlage wesentlichen Komponenten und den Batteriespeicher. Insofern wird der Nettobetrag der Rechnung dem Bruttobetrag entsprechen. Dies gilt jedoch nur, wenn die Photovoltaikanlage auf oder in der Nähe von Privatwohnungen, Wohnungen sowie öffentlichen und anderen Gebäuden, die dem Gemeinwohl dienen installiert wird. Die Voraussetzung gilt immer als erfüllt, sofern die Photovoltaikanlage nicht mehr als 30 kW produziert, wodurch die üblichen Photovoltaikanlagen unter die Vereinfachungsregelung fallen.

Für die Umsätze aus der Einspeisung ist weiterhin keine Umsatzsteuer abzuführen, sofern Ihre Gesamtumsätze (inkl. umsatzsteuerpflichtiger Umsätze aus anderen Tätigkeiten) nicht mehr als 22.000 € im vorangegangenen Kalenderjahr betragen haben und im laufenden Kalenderjahr voraussichtlich nicht mehr als 50.000 € betragen werden und die Kleinunternehmerregelung in Anspruch genommen wird. Sollten Sie mit Ihrer zahnärztlichen Einzelpraxis aufgrund eines vorhandenen Eigenlabors umsatzsteuerpflichtige Leistungen erbringen und somit bereits Umsatzsteuer abführen und die Photovoltaikanlage steht auf dem Dach Ihres im alleinigen Eigentum stehenden Hauses, so beachten Sie bitte, dass Sie im umsatzsteuerlichen Sinne mit beiden Tätigkeiten als insgesamt ein Unternehmer gelten.

Sofern Sie vor dem 01.01.2023 für eine Altanlage auf die Kleinunternehmerregelung verzichtet haben, sind Sie hieran für einen Zeitraum von fünf Jahren gebunden. Dies hat zur Folge, dass Sie innerhalb dieser fünf Jahre auch nach dem 01.01.2023 noch Umsatzsteuer-Voranmeldungen abgeben und die Umsatzsteuer an das Finanzamt abführen müssen. Insofern Sie diese Kriterien erfüllen, können wir bei Bedarf gerne die Umsatzsteuer-Voranmeldungen für Sie einreichen. Setzen Sie uns in diesem Fall in Kenntnis, sodass die Abgabe der Voranmeldung fristgerecht erfolgt.

FAZIT

Durch das Jahressteuergesetz 2022 ist es zu erheblichen Erleichterungen für Photovoltaikbetreibende gekommen. Für kleine Photovoltaikanlagen muss ab dem Veranlagungsjahr 2022 kein Antrag mehr auf Liebhaberei gestellt werden, ebenfalls führt der Nullsteuersatz auf Lieferungen von Photovoltaikanlagen sowie alle für den Betrieb einer Photovoltaikanlage wesentlichen Komponenten und den Batteriespeicher ab 2023 zu erheblichen Erleichterungen. Entsprechend entfällt die Versteuerung der unentgeltlichen Wertabgabe sowie die Stromlieferungen an den Abnehmer, da man in der Regel innerhalb der Grenzen der Kleinunternehmerregelung verbleibt. Sollten Sie Fragen zu diesem Thema haben, so stehen wir Ihnen gerne jederzeit zur Verfügung.

EFFIZIENTE PATIENTENKOMMUNIKATION IN DER ZAHNARZTPRAXIS – MIT DIGITALEN ARBEITSABLÄUFEN DIE RENTABILITÄT OPTIMIEREN UND MITARBEITER ENTLASTEN

Ein Gastbeitrag von Thilo Mann, Geschäftsführer edently GmbH

Es ist immer wieder auffallend, dass viele Zahnarztpraxen ihr Marketing ausschließlich auf die Neupatientengewinnung fokussieren. Man investiert oftmals beträchtliche Budgets in einen neuen Internetauftritt, erkaufte sich teure hohe Google Rankings oder postet täglich mehr oder weniger relevante Dinge auf Instagram, Facebook und Co.

ERFOLGSFAKTOR PATIENTENVERTRAUEN

Die hohe Relevanz der Neupatientengewinnung ist unbestritten. Praxen müssen der natürlichen Fluktuation durch Ableben oder Wegzug entgegenwirken. Und gerade in urbanen Regionen ist der Wettbewerbsdruck hoch. Dennoch werden Bestandspatienten – als der größte Schatz einer jeden Praxis – oft vernachlässigt oder zumindest nicht ausreichend in die Marketingstrategie einbezogen. Eine gute telefonische Erreichbarkeit, freundliche Atmosphäre und zeitgemäße Praxisräume sollten Standard sein – aber das allein ist eben oft nicht ausreichend.

Ein teurer Fehler, wenn beispielsweise durch Google Ads gewonnene Neupatienten schon nach einer ersten Vorsorgeuntersuchung den Praxisräumen fernbleiben und regelmäßig Bestandspatienten sang- und klanglos aus dem aktiven Patientenstamm verschwinden. Denn auch für Zahnarztpraxen gilt die alte Marketingregel, dass es immer günstiger ist, bestehende Patienten langfristig zu halten, als (wegen hoher Abwanderung) ständig überdurchschnittlich viele Neupatienten gewinnen zu müssen.

Voraussetzung für wiederkehrende Patienten ist Vertrauen in den Behandler und das Praxisteam. Und dieses muss man bei Patienten

– neben einem freundlichen und wertschätzenden Umgang – immer wieder durch Betonung von Kompetenz und Expertise unter Beweis stellen.

ERFOLGSFAKTOR PATIENTENAUFKLÄRUNG

Ausführliche Beratungs- und Aufklärungsgespräche sind und bleiben ein wichtiger Baustein für Patientenvertrauen und -bindung. Diese sind allerdings mit einem gewissen Zeit- und Kosteneinsatz verbunden. Wer sich die Mühe macht, die tatsächlichen Kosten dieser Gespräche zu hinterfragen, kommt schnell pro Jahr auf einen sechsstelligen Betrag je Arzt und mindestens 20.000 € für eine Fachkraft.

Schade nur, dass die meisten Patienten spätestens zu Hause fast alles vergessen haben und folglich im stillen Kämmerlein nach Antworten suchen. Wer selbst schon mal Krankheitsbilder und Behandlungsoptionen im Internet recherchiert hat, weiß um die teilweise fatalen (Blog)Einträge, die mehr Angst vor der Behandlung, als Hoffnung auf Heilung machen. Unwesentlich besser ist es, wenn der Patient bei den professionellen Aufklärungsvideos vom Mitbewerber um die Ecke landet – und daraufhin möglicherweise die Praxis wechselt.

Jedoch unterschätzen viele Praxen das Umsatzpotenzial ihrer Bestandspatienten. So bestätigen (nicht repräsentative) Umfragen des Autors bei Praxispersonal, dass nur wenige Patienten gezielt über das Thema Bleaching oder unsichtbare Zahnschienen (Aligner) aufgeklärt werden. Oftmals aus Scham, dem Patienten etwas anzubieten, das medizinisch nicht notwendig und vermeintlich teuer ist. Dabei sollte einzig und allein der Patient nach einer guten Aufklärung entscheiden, ob das Thema für ihn infrage kommt oder nicht.

Manche Praxen versenden regelmäßig Newsletter, um sich bei Patienten positiv in Erinnerung zu bringen und die Entscheidung für Behandlungen zu erleichtern. Während man versucht, mit einer breiten Streuung von Themen – von Mitarbeitervorstellung bis hin zu neuen Behandlungsmöglichkeiten – möglichst viele Patienten anzusprechen, erreicht man allerdings oft eher das Gegenteil. Die meisten Patienten fühlen sich nicht angesprochen und ignorieren den Newsletter.

ERFOLGSFAKTOR RECALL

Recall Termine zu 01, PZR oder PA bilden das Fundament vieler erfolgreicher Zahnarztpraxen. So verlassen auch im besten Fall bis zu 70–80 % der Patienten die Praxis mit einem Folgetermin. Die verbleibenden 20–30 % der Patienten werden in der Regel mehr oder weniger manuell um eine Terminvereinbarung gebeten. Je nach Recall Format wird diese Aufgabe mit steigender Patientenzahl schnell sehr zeitintensiv und teuer.

Nehmen wir den telefonischen Recall. Jeder, der einmal versucht hat, zehn Termine per Telefon zu vereinbaren, weiß, dass es mit

zehn Anrufen nicht getan ist. Und gerade berufstätige Patienten sind nur schlecht erreichbar und eher genervt, wenn sie gestört werden. Betrachtet man die verschiedenen Schritte einer Terminvereinbarung im Detail, benötigt man schnell 5–10 Minuten je Termin. Abgesehen davon macht die telefonische Terminvereinbarung auch Mitarbeitern wenig Spaß und sollte in Zeiten von Personalmangel auf ein Minimum begrenzt werden.

Der Recall per Serienbrief ist zwar zeitsparender, aber wegen hoher Versandkosten ebenfalls teuer und unter Berücksichtigung der CO₂-Problematik nicht die beste Wahl. Je nach Altersdurchschnitt der Patienten sind die Ergebnisse der Terminvereinbarung dann auch eher ernüchternd. In der Regel versauern die Briefe in der Ablage oder wandern direkt in den Papierkorb.

Die Erinnerung per E-Mail oder SMS mag zeitgemäß klingen, erfordert aber immer noch einen bestimmten Zeiteinsatz. Aus unterschiedlichen Gründen ebenfalls keine empfehlenswerten Methoden. SMS wirken meist unpersönlich und eignen sich nur für die Terminerinnerung 24h vorher. Außerdem ist man auf 160 Zeichen begrenzt und Patienten können nicht direkt antworten.

Patientenkommunikation via WhatsApp erscheint da moderner. Aber Vorsicht: Wer WhatsApp versendet, bekommt auch WhatsApp zurück. Und wer selbst mal die eigene Art der Kommunikation (oder die von Bekannten) kritisch betrachtet, merkt schnell, dass man einen eigenen Mitarbeiter zur Beantwortung der WhatsApp-Nachrichten abstellen müsste. Ganz nebenbei grätscht man mit einer Terminvereinbarungs-Bitte per WhatsApp in die persönliche Komfortzone der Patienten – nicht jeder findet das gut.

PATIENTEN EINFACH ERREICHEN MIT EDENTLY®

Einen neuen Lösungsansatz zur Vereinfachung der Patientenkommunikation einschließlich der zuvor genannten Probleme bietet die neue Softwarelösung von edently®. Via digitaler Arbeitsabläufe werden Patientenbindung und Rentabilität automatisch gesteigert – bei gleichzeitiger Entlastung der Mitarbeiter.

So können kontinuierlich passende Patienten aus der Praxissoftware gefiltert und per E-Mail (mit Video) zu Wunschbehandlungen aufgeklärt werden. Das schafft Vertrauen und erleichtert die Entscheidung für eine Behandlung.

Eine garantierte Entlastung des Teams verspricht die automatische Aufforderung der Patienten per E-Mail, neue Recall Termine zu vereinbaren. Damit verkürzt sich der Zeiteinsatz für den Recall erheblich, Mitarbeiter haben mehr Zeit für andere Aufgaben, während Patienten die unaufdringliche und zeitgemäße Ansprache schätzen.

Vor dem Termin erhalten Patienten eine E-Mail, die sie an den Termin erinnert und ggf. auch mit einem Video darauf vorbereitet (Parksituation, Covid-Schutzmaßnahmen, Behandlungsablauf). Gerade ängstlichen Patienten wird der Besuch erleichtert und

Vertrauen wie auch Bindung an die Praxis gesteigert.

Nach dem Besuch können Termine automatisch nachbereitet werden – und wenn es nur die obligatorische Bitte um eine Bewertung bei Google oder Jameda ist. Auch hier können, fast automatisch, überdurchschnittlich viele ausgezeichnete Bewertungen gesammelt werden.

Die Software von edently® erweitert die Möglichkeiten führender Praxissysteme, lässt sich individuell an die Bedürfnisse anpassen und integriert sich unsichtbar in den Alltag. Mehr unter edently.de.

DIE KANZLEI LAUFENBERG MICHELS UND PARTNER ist Ihr Spezialist für Steuerberatung, Vermögensplanung und Wirtschaftsprüfung.

Der Zahnärztebrief wird von unserem Zahnärztee-Team veröffentlicht und richtet sich mit aktuellen Steuerthemen speziell an Zahnärzte.

VERANSTALTUNGSVORSCHAU

● ●
x 28. April 2023
Gründerseminar
Zahnärztekammer



● ●
x 11. Mai 2023
zMVZ-Geschäftsführer*in
(IHK) - Zahnmedizin



● ●
x 18.-20. Mai 2023
FVDZ Praxis-Ökonomie-
Kongress auf Sylt



● ●
x 16.-18. Juni 2023
OPTIHealthConsulting
Betriebswirt Zahnmedizin



Marcel Nehlsen
Steuerberater

Impressum

Laufenberg Michels und Partner mbB
Robert-Perthel-Straße 81
50739 Köln

T.: 02 21 / 95 74 94-0
newsletter@laufmich.de
www.laufmich.de

Herausgeber

Redaktion: Marcel Nehlsen
Erscheinungsweise:
Der Zahnärztebrief erscheint 3 x im Jahr
Druck: Berk Druck, Euskirchen
Auflage: 1.100 Stück
Stand: 03/2023

Wir freuen uns über Ihre Anregungen zum Ärztebrief. Wenn Sie den Ärztebrief nicht mehr beziehen möchten, senden Sie bitte eine E-Mail an newsletter@laufmich.de.