Illustration: KI generiert

Geschenk oder nicht Geschenk, das ist hier die Frage – zwischen Dank und Steuerfalle

Dr. Sylvester Karvallo – ein Strafverteidiger für alle Fälle

Von Maximilian Krämer
Herr Krämer ist verantwortlicher Autor und Dozent im Zertifikatsstudiengang Steuerstrafrecht an der FU Hagen. Gemeinsam mit dem LSWB bietet er verschiedene Praktikerseminare an.

Dr. Sylvester Karvallo trat aus dem Fahrstuhl im vierten Stock und sah – wie immer – aus, als wäre er einem Magazin für funktionale Eleganz entstiegen. Der dunkelblaue Anzug saß makellos, das Einstecktuch griff exakt die Farbe der Socken auf. Keine Krawatte. Die trug er nur vor Gericht – und dann ausschließlich weiß. Unter dem Jackett ragte die Manschette seines Hemdes in perfekter Symmetrie hervor, gerade so weit, dass der silberne Manschettenknopf sichtbar wurde: ein handgefertigtes Unikat mit dunklem Steinbesatz, ein Geschenk seiner Mutter zum bestandenen zweiten Examen.

Claire Simmons-Prévot saß bereits am Schreibtisch. Blazer, weiße Bluse, Sneaker. Das iPad lag aufgeschlagen vor ihr, der Blick konzentriert. Ihr Stil war

wie ihre Sprache: klar, strukturiert, kein unnötiger Schmuck. Gerade aus einer Großkanzlei gewechselt, hatte sie die Zertifizierung im Steuerstrafrecht bereits in den ersten Monaten absolviert – abends und am Wochenende, nebenbei. Nicht für einen Orden, sondern weil sie wissen wollte, wie das Spiel wirklich funktioniert.

Maximilian Krämer

„Vandenberg ruft seit acht Uhr an. Ein teures Auto. Steuerfrei. Sagt er."

Karvallo blieb stehen. „Ein Geschenk?"

„So nennt er es. Ich habe dreimal gefragt."

Knapp eine Stunde später. Besprechungsraum 371. Rico Vandenberg saß auf dem grauen Sofa. Er trug Sonnenbrille. Immer. Auch drinnen. Draußen regnete es. „Claire, Karvallo – schön, dass Sie sich Zeit nehmen."

Claire legte den Ausdruck eines Schenkungsvertrags auf den Tisch. „Herr Vandenberg, laut Vertrag wurde Ihnen ein Lamborghini Countach LPI 800-4 übereignet – ohne Gegenleistung?"

Vandenberg grinste kurz, als hätte er gerade ein gutes Meme verschickt und nicht ein Luxusauto vergessen zu melden: „Ja. Also … ja. Von einem alten Freund. Der wollte einfach Danke sagen."

„Und was haben Sie für ihn getan?"

Vandenberg zögerte. „Ich hatte mit ihm vor ein paar Jahren mal geschäftlich zu tun. Ohne Rechnung. Das war mehr … mehr ein Dienst unter Freunden. Eine Hand wäscht die andere."

Karvallo setzte sich. „Wissen Sie, wie hoch die Schenkungsteuer bei einem 2,7 Millionen teuren Auto sein kann?"

Vandenberg zögerte. „Also … ich dachte, wenn's ein Geschenk ist ..."

„Dann fällt Schenkungsteuer an", unterbrach ihn Claire. „Es sei denn, das Ganze war gar keine Schenkung, sondern eine Gegenleistung für frühere Dienste. Dann sprechen wir nicht mehr über Schenkungsteuer, sondern über Einkommensteuer und Umsatzsteuer. So oder so kommt das Finanzamt ins Spiel. Bei einer Schenkung ist diese innerhalb von drei Monaten anzeigepflichtig. Bei einer Gegenleistung sprechen wir über die Umsatzsteuervoranmeldung und die Jahressteuererklärungen."

„Ich habe doch bloß ein Auto zum Privatvergnügen bekommen, oder nicht?"

Vandenberg nahm die Sonnenbrille ab. Zum ersten Mal. Vielleicht, weil es langsam zu dämmern begann.

Karvallo schüttelte den Kopf. „Dachte ich mir!"

Zurück am Schreibtisch. Claire klickte sich durch die überlassenen Unterlagen. „Die Übertragung wurde vollzogen. Kein Gegenwert. Und: Keine Anzeige durch den Schenker oder Erwerber."

„Wann war denn die Übertragung?", fragte Karvallo.

„Vor mehr als dreizehn Monaten."

Karvallo runzelte die Stirn. „Und was sagt der Schenker?"

„Er lebt, aber will mit der Sache nichts mehr zu tun haben."

„Das ist der Moment", sagte Karvallo, „in dem das Finanzamt hellhörig wird und die Staatsanwaltschaft gleich mit. Weil nicht nur der Erwerb steuerpflichtig sein kann, sondern auch das, was davor passiert ist."

Claire setzte den Schriftsatz auf – präzise, sachlich, ohne Umwege. Die Dreimonatsfrist zur Anzeige war ebenso verstrichen wie die steuerrechtlichen Abgabefristen für eine eventuelle steuerpflichtige Gegenleistung. Eine einfache Korrektur reichte nicht mehr, sie mussten den Weg der Selbstanzeige wählen. ►

Die Herausforderung: Bei beiden Alternativen, Schenkung oder Gegenleistung, lag bereits objektiv eine Steuerverkürzung vor. Zuständig waren verschiedene Finanzämter. Entscheidend war jetzt nur noch, ob sie diese rechtzeitig und vollständig berichtigen konnten. Es war ein Wettlauf gegen die Zeit.

„Unser Mandant ging, wie in der Praxis nicht unüblich, irrtümlich davon aus, dass bei beweglichen Gegenständen keine gesonderte Anzeige erforderlich sei. Nachdem ihm dieser Irrtum bewusst wurde, hat er sich umgehend steuerlich beraten lassen. Die relevante Übertragung wird mit diesem Schreiben vollständig und rückwirkend offengelegt. Diese Mitteilung dient der umfassenden Berichtigung sämtlicher steuerlich relevanter Tatsachen. Etwaige offene Steuern werden nach Festsetzung unverzüglich beglichen."

Karvallo ergänzte ruhig: „Die Nachmeldung erfolgt aus eigenem Antrieb, zu einem Zeitpunkt, zu dem noch keine Ermittlungen bekannt oder ersichtlich waren."

Am nächsten Morgen: Anruf der Oberstaatsanwältin Dr. Vera Falkmann. „Dr. Karvallo, Sie wissen, dass verspätete Anzeigen nicht strafbefreiend wirken?"

„Deshalb reichen wir eine Selbstanzeige ein. Und zwar vollständig, fristgerecht im Sinne der steuerstrafrechtlichen Voraussetzungen und ohne Sperrgrund."

„Ich werde auf Ermittlungsmaßnahmen aufgrund der voraussichtlich wirksamen Selbstanzeige im Hinblick auf das anderweitig laufende Steuerstrafverfahren vorerst verzichten. Aber Ihr Mandant sollte wissen, dass wir die Entwicklungen im Blick haben."

Claire saß abends noch am Schreibtisch. In ihrer Inbox: eine Eingangsbestätigung der beiden zuständigen Finanzämter. Die Selbstanzeige war eingereicht. Doch noch war kein Anfangsverdacht aktenkundig und kein Ermittlungsverfahren eingeleitet. Noch nicht.

Karvallo trat in die Tür. „Gute Arbeit."

Claire nickte „Es war keine Kunst. Nur Frist und Fakten."

Karvallo: „Im Steuerstrafrecht reicht das oft, um den Unterschied zu machen. Aber noch wissen wir nicht, ob wir über eine vergessene Schenkung sprechen oder ein verschleiertes Entgelt."

„Ich kannte § 371 AO schon vorher", sagte Vandenberg zwei Tage später, als er wieder im Besprechungsraum saß. „Hatte mal einen Vortrag von einem Steuerberater gehört – sinngemäß: Wer zu spät kommt, den bestraft das Finanzamt."

Claire hob eine Augenbraue. „Das wäre dann eher § 370."

„Stimmt", sagte Karvallo. „Aber § 371 ist Ihre einzige Tür zurück."

„Solange sie noch offen ist", ergänzte Claire.

Vandenberg nickte. „Ich will jedenfalls nicht der Typ sein, der im Nachhinein sagt: Ich hätte es melden können."

Claire fragte sich, ob Vandenberg das wirklich verstanden hatte oder ob er einfach nur hoffte, dass Karvallo ihn noch ein zweites Mal retten würde. Karvallo sah ihn lange an. „Dann bleibt uns nur, diese eine Chance sauber zu nutzen."

Claire schloss die Akte. „Und das Finanzamt daran zu erinnern, dass Reue im Steuerstrafrecht ein Weg ist, kein Urteil."

Maximilian Krämer, LL.M., Rechtsanwalt, Fachanwalt für Steuerrecht, Zert. Berater im Steuerstrafrecht, LSWB-Fachberater
Quelle: LSWB-Magazin 2/2025

Marketing durch Mitarbeiter

Wie Mitarbeiter Ihr Kanzlei-Image stärken können

Cordula Flemke und Julia Kunz

Bei der Frage nach den „richtigen" Marketingmaßnahmen denken viele Unternehmen zuerst einmal an bezahlte Werbung, Onlineauftritt mit Website und evtl. Social-Media-Profilen. Vielleicht gehen dann die Gedanken an das Sponsoring des örtlichen Fußballclubs oder auch an ehrenamtliches Engagement im Zeichen der Kanzlei. Marketing ist immer ein Mosaik aus vielen verschiedenen Aktivitäten, und leider ist es schwierig, herauszubekommen, welche dieser Aktivitäten jetzt wirklich erfolgreich war – es sei denn, Sie tracken die Zugriffe auf Ihrer Website.

Eine Maßnahme, die sehr kostengünstig, aber sehr wirkungsvoll ist, sind Ihre Mitarbeitenden. Denn in einer Steuerberatungskanzlei sind die Mitarbeiter nicht nur für die direkte Arbeit mit den Finanzen ihrer Klienten zuständig, sondern sie spielen auch eine zentrale Rolle im Marketing. Sie sind das Gesicht der Kanzlei nach außen und prägen das Bild, das die Öffentlichkeit von Ihrem Unternehmen hat. Durch eine bewusste Förderung eines positiven Arbeitsumfeldes können Mitarbeiter dazu beitragen, das Image Ihrer Kanzlei erheblich zu stärken. Hier sind einige praktische Schritte, wie Sie dies erreichen können:

Das Denken der Mitarbeiter verstehen

Um die Mitarbeiter effektiv als Markenbotschafter einsetzen zu können, müssen Sie zunächst verstehen, wie sie über ihren Arbeitsplatz denken. Sind sie zufrieden? Fühlen sie sich wertgeschätzt und gut integriert? Mitarbeiter, die sich am Arbeitsplatz wohl und geschätzt fühlen, tragen diese positive Einstellung nach außen.

Ein gutes Instrument, um herauszufinden, was die Mitarbeiter denken, sind zum einen regelmäßige Umfragen oder Feedback-Gespräche. Zum anderen ist es wichtig, mit den Mitarbeitenden im Gespräch zu bleiben und neben aktuellen fachlichen Themen auch Interesse an ihnen persönlich zu haben. Sie sollten selbstverständlich als Mindeststandard alle Namen Ihrer Mitarbeitenden wissen und sich merken, wenn es persönliche Themen gibt, die in die Kanzlei getragen werden. Von der Einschulung des Kindes bis zum kranken Hund. Diese Dinge bewegen Ihre Mitarbeitenden und die Emotionen färben auf die Stimmung in der Arbeit ab. ▸