



BVEP

Berufsverband für
Entspannungspädagogen e.V.

Wegweiser Selbständigkeit

**Zur Gründung und Festigung der
Selbständigkeit in der Entspannungspädagogik**

von Dr. Marie Sichtermann,

Geld & Rosen

Unternehmensberatung für Frauen und soziale Einrichtungen

Auf dem Sand 8, 53909 Zülpich

www.geld-und-rosen.de





Inhalt

Vorwort.....	5
1. Selbständigkeit.....	6
1.1. Was ist ein Businessplan?	6
1.2. Sie arbeiten im Ausland	6
2. Zeitlicher Ablauf einer Gründung.....	7
2.1. Am Anfang stehen immer Überlegungen zum Marketing.	7
2.2. Die Klarheit in der Planung.....	8
2.3. Sich selbst treu bleiben.....	11
2.4. Beziehungen nutzen.....	11
2.5. Auswahl der Werbemittel	12
2.6. Die Eröffnung – machen Sie von sich reden!... ..	14
2.7. Erreichbarkeit... ..	14
2.8. Was kostet die erste Werbung?	14
3. Es geht ums Geld Teil I.....	15
3.1. Begriffsbestimmungen... ..	15
3.2. Kapitalbedarf vor Gründung.....	15
4. Meldepflichten.....	17
4.1. Informationspflicht am Arbeitsplatz:	17
4.2. Anmeldung als Gewerbe oder freier Beruf.....	17
4.2.1. Gewerbe als Regel... ..	17
4.2.2. Freier Beruf als Ausnahme	18
4.2.3. Die Einordnung der Entspannungspädagogik.....	18
5. Die rechtliche Seite Ihres Vorhabens.....	19
5.1. Berufsbild, Berufsbezeichnung, Berufsverband, Berufsordnung und Markenschutz.....	19
5.2. Berufsausübung und Werbung.....	20
5.2.1. Grenzen der Heilkunde.....	20
5.2.2. Rechtliche Einschränkungen der Werbung.....	21
5.2.2.1. Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG).....	21
5.2.3. Zitieren.....	23
5.2.4. Impressum und Datenschutz auf der Homepage.....	23
5.2.5. . Datenschutz.....	24
5.3. Resümee und Ausblick:	25



6. Wie wollen Sie arbeiten? Nebenberuf und Hauptberuf.....	26
6.1. Selbständig als ReferentIn, DozentIn, BeraterIn... ..	26
6.2. Scheinselbständigkeit... ..	27
6.3. Die eigene Praxis	27
6.3.1. Die Praxis im eigenen Haus oder in der Wohnung.....	27
6.3.2. Räume außerhalb der Wohnung.....	28
6.3.3. Auswahl und Ausstattung der Räume.....	28
6.3.4. Parkplätze.....	28
6.3.5. Erstattung durch Krankenkassen – der Leitfaden Prävention.....	28
6.3.6. Betriebliche Gesundheitsförderung.....	29
6.3.7. Kommunikation... ..	29
6.4. Kleine Vertragskunde für TrainerInnen und BeraterInnen.....	30
6.4.1. AGB	30
6.4.2. Verträge mit Ihren KundInnen.....	30
6.4.2.1. Rechte und Pflichten der KundInnen und TN:	30
6.4.2.2. Widerrufsrecht... ..	31
6.4.2.3. Behandlungsverträge bei Heilbehandlungen... ..	31
6.4.3. Verträge mit Bildungsträgern und Seminarveranstaltern	31
7. Ein Lob der Vielfalt und Vielseitigkeit... ..	32
7.1. Allein oder mit anderen?... ..	32
7.2. Die Rechtsform.....	32
7.2.1. Einzelunternehmen.....	32
7.2.2. Die Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR).....	32
7.2.2.1. Die Berufsausübungsgemeinschaft... ..	32
7.2.2.2. Die Nutzungsgemeinschaft... ..	33
7.2.3. Die GmbH,	33
8. Die Sozialversicherung und andere Versicherungen.....	34
8.1. Pflichtversicherung in der DRV	35
8.1.1. Ausnahmen	36
8.1.2. Haupt- und Nebenberuf... ..	37
8.1.3. Anmeldung	37
8.1.4. Freiwillige Rentenversicherung.....	37
8.1.5. Die Beitragshöhe.....	37



8.2. Die Gesetzliche Krankenversicherung (GKV) mit Pflegeversicherung (PV).....	38
8.3. Berufsgenossenschaft (BG).....	38
8.4. Arbeitslosenversicherung (AV).....	39
8.5. Private Versicherungen	39
Auf der nächsten Seite finden Sie alle Anmeldungen auf einen Blick.....	39
8.6. Alle Anmeldungen auf einen Blick.....	40
9. Es geht ums Geld, 2. Teil.....	41
9.1. Betriebskosten und Entnahme.....	41
9.2. Der Faktor Zeit	43
9.3. Honorare und Preise.....	43
9.3.1. Referentin für Institutionen.....	43
9.3.2. Selbst organisierte Tätigkeit	44
9.3.2.1. Die Zahlungsweise... ..	44
9.3.2.2. Schnupperstunde und Vorgespräch.....	44
9.3.2.3. Barzahlung	45
9.3.2.4. Banküberweisung	45
9.3.3. Die korrekte Rechnung oder Quittung.....	45
10. Die Verwaltung Ihres Unternehmens	47
10.1. Büroorganisation, Ablage.....	47
10.2. Buchführung	48
10.3. Die Einkommensteuer (ESt).....	49
10.3.1. Die Anlage G oder S	49
10.3.2. Die Gewinnermittlung, der Jahresabschluss.....	49
10.3.4. Hobbybetrieb oder Liebhaberei... ..	50
10.4. Die Umsatzsteuer (USt) oder Mehrwertsteuer (MwSt).....	50
10.4.1. Begriffsklärung... ..	50
10.4.2. Ausnahmen	50
10.4.3. USt-Pflicht als Regel... ..	51
10.5. Gewerbesteuer	52
11. Anhang: Checklisten, Vorlagen, Bescheinigungen.....	53
12. Abkürzungsverzeichnis	58



BVEP

Berufsverband für
Entspannungspädagogen e.V.

Vorwort

Dieser Wegweiser soll Sie beim Aufbau Ihrer haupt- oder nebenberuflichen Selbständigkeit mit Entspannungspädagogik begleiten, Ihnen die einzelnen Schritte nahebringen und ein Nachschlagewerk für die vielen Fragen sein, die Ihnen begegnen werden.

Natürlich überholt die Zeit die Informationen. Der Wegweiser ist im Frühjahr 2017 verfasst. Updates sind geplant, wenn sich wesentliche Änderungen durch Rechtsprechung oder Gesetzgebung ergeben. Letztes Update: Februar 2021.

Ich verwende eine Sprache, die beiden Geschlechtern gerecht wird und benutze das große Binnen-I. Manchmal passt das jedoch nicht; daher werden weibliche und männliche Personen auch nacheinander genannt und manchmal nur das eine oder das andere Geschlecht.





1. Selbständigkeit

In unserer Rechtsordnung ist, wer Geld für Arbeit einnimmt, entweder abhängig beschäftigt oder selbständig. Abhängig Beschäftigte sind weisungsgebunden und in eine betriebliche Organisation eingegliedert (§ 7 Abs. 1 SGB 4.). Selbständige hingegen treten im eigenen Namen für ihr eigenes Unternehmen auf, sei es auch noch so klein. Selbständige stellen anderen ihre Leistungen in Rechnung.

Wenn Sie sich nun mit Entspannungspädagogik selbständig machen wollen, bringt das Überlegungen wirtschaftlicher und rechtlicher Art mit sich. Sie erhalten hier einen Überblick über Ihre gesetzlichen Pflichten, Anleitungen zum Planen und Impulse zum Handeln. Die für Sie wichtigsten Fragen werden in diesem Wegweiser zumindest angeschnitten.

Dabei orientieren wir uns am Prozess einer Gründung und beginnen an dem Tag, an dem Sie sich entscheiden, Ihre Kenntnisse und Fähigkeiten als EntspannungspädagogIn, Burn-Out-BeraterIn, KursleiterIn für Kinder oder Selbsthilfegruppen gegen Bezahlung anzubieten. Soweit es Unterschiede zwischen haupt- und nebenberuflicher Tätigkeit gibt, wird das beleuchtet. Auch wenn Sie Entspannungspädagogik mit Heilpraktik, Physio- oder Ergotherapie verbinden wollen, finden Sie hier Informationen.

1.1. Was ist ein Businessplan?

Ein Businessplan ist ein ausführliches Geschäftskonzept, das Sie vorlegen müssen, wenn Sie einen Kredit bei Ihrer Bank oder den Gründungszuschuss bei der Agentur für Arbeit beantragen wollen. Letzteres setzt voraus, dass Sie aus einer Anstellung über die Arbeitslosigkeit in die Selbständigkeit gehen.

Der Businessplan besteht aus einem Wort- und einem Zahlenteil und sollte bei einer Tätigkeit als Entspannungspädagogin, Coach oder Burnout-Berater nicht mehr als rund 10 Seiten umfassen. Sie finden am Ende dieses Wegweisers eine ausführliche Checkliste.

1.2. Sie arbeiten im Ausland

als Kursleiterin oder Berater? Der Inhalt dieses Wegweisers gilt, was die rechtliche Situation betrifft, für Deutschland. Bitte erkundigen Sie sich im Land Ihrer Wahl nach den dort geltenden gesetzlichen Regelungen.



2. Zeitlicher Ablauf einer Gründung

2.1. Am Anfang stehen immer Überlegungen zum Marketing.

Wenn Sie glauben, Sie hätten später immer noch Zeit, sich mit Marketing zu befassen, so liegen Sie falsch. Tun Sie es jetzt, solange Sie noch im Schwung der Planung sind. Die schönste Idee bringt nichts, wenn Sie sie nicht verkaufen können.

Marketing bedeutet: zum Markte gehen, das eigene Angebot bekannt machen und dafür sorgen, dass es gekauft wird. Die Konkurrenz ist groß und viele Menschen haben wenig Geld. Und dennoch, es liegt Ihnen am Herzen, Ihre Entspannungsverfahren unters Volks zu bringen und Ihr Wissen in der Anwendung zu vertiefen. Fragen Sie sich, ob der große Gesundheitsmarkt für Ihr Angebot noch Platz hat? Bedenken verlieren an Gewicht, wenn Sie sich die Zukunft konkret vorstellen. Planen gibt Energie und macht Sie zur MeisterIn Ihres Geschicks.

Tun Sie sich, wenn möglich, mit KollegInnen aus Ihrer Aus- oder Fortbildung zusammen, um sich den Fragen des Marketings zu nähern. In einer Runde zu zweit, zu dritt oder viert lernen Sie unterschiedliche Einstellungen und Herangehensweisen kennen und können die eigenen überprüfen. Sie werden zusammen Ideen entwickeln und verwerfen, lachen und diskutieren. Doch wenn Sie lieber allein arbeiten wollen, geht das natürlich auch.

Hier sind Vorschläge für die ersten Themen und Fragen, die Sie sich stellen sollen:

- Will ich mich öffentlich zeigen? Wie, als was und wo? Macht es mir Spaß oder graust es mir davor?
- Welche Angebote möchte ich machen, was kann ich gut? Was will ich herausstellen?
- An wen wende ich mich? Welche Menschen möchte ich in meinen Kursen, in meiner Praxis sehen?
- Kann ich alle unternehmerischen Aufgaben, wie z.B. Buchführung, selber erledigen? Für welche Arbeit beauftrage und bezahle ich Fachleute?



2.2. Die Klarheit in der Planung

Wichtig für Ihre Planung sind viele gute Fragen. Sie lernen in diesem Kapitel die Fragen kennen und geben im Anschluss daran die Antworten. So entsteht Ihr erstes Marketingkonzept mit diesen Elementen:

wer/welche	wo	wie	was	wann
------------	----	-----	-----	------

Wer, welche?

Welche Menschen wollen Sie ansprechen? Die Definition der Zielgruppen wird das Zentrum Ihrer Überlegungen sein. Denn Sie müssen dorthin gehen, wo Ihre Zielgruppen sich aufhalten, damit Ihr Angebot ankommt und wahrgenommen wird. Die gesamte Werbung soll in Farben, Bildern, Sprache und Format für diese Menschen attraktiv sein. Eltern von Schulkindern haben andere Erwartungen als golfspielende Männer oder Pflegefachkräfte.

Wenn Sie sich in der betriebliche Gesundheitsförderung engagieren wollen, sind Unternehmen Ihre Zielgruppe. Zu welcher Art Unternehmen haben Sie Zugang?

Wie können Sie Ihre Zielgruppen erreichen? Hier sind einige beispielhafte Vorschläge:

- Vorträge bei Seniorenvereinigungen, Krankenkassen, Volkshochschulen, an Kitas, Schulen und Sportgruppen
- Artikel in Zeitschriften der Organisationen chronisch kranker Menschen
- aktive Mitgliedschaft in einem örtlichen Verein oder einer Initiative
- Aktivitäten in einer Kirchengemeinde
- Angebote an Pflegedienste, die IHK oder die Vereinigung der örtlichen Anwältinnen
- Über Industrie- und Handelskammern, Handwerkskammern
- Soziale Netzwerke

Zum Wie gehört auch die Wahl der Werbemittel:

Homepage, Flyer oder Postkarte, Anzeigen, Presseartikel – das sind die Klassiker. Darüber hinaus könnten Sie mit Blogs und über soziale Netzwerke auf sich aufmerksam machen. Oder Sie kaufen sich ein Buch über Guerillamarketing und probieren die Vorschläge aus. Trauen Sie sich zu, selbst ein Fachbuch zu schreiben? Das wäre natürlich der Hit.

Mehr zu den Werbeträgern erfahren Sie unten (2.6.).



Was haben Sie bisher dafür getan, sich Ihrer Zielgruppe bekannt zu machen?

Denken Sie fünf Jahre zurück. Vielleicht fällt Ihnen ein, dass Sie vor drei Jahren einen Waldkindergarten mitgegründet haben, seit Jahren Tanzsport im Verein betreiben, sich an einer Initiative für die Unterstützung geflüchteter Menschen beteiligt oder den Frauenchor aktiv unterstützt haben.

Es ist gut, wenn Ihre künftige Zielgruppe Sie nicht nur als KleinunternehmerIn erlebt, die dringend Kundschaft sucht, sondern auch in anderer Funktion. Wenn Sie ein Gebiet haben, in dem Sie mit anderen zusammen Ihre kulturellen und sozialen Interessen nachgehen, werden viele Menschen Sie als kompetente Person erinnern.

Sie tun nichts dergleichen oder Sie sind erst kürzlich in diese Stadt gezogen und niemand kennt Sie hier? Dann wird es Zeit, dies zu ändern! Gehen Sie dorthin, wo Menschen sind, die Ihre Interessen teilen. Für den einen ist der Schritt in die Öffentlichkeit die Mitgliedschaft bei der örtlichen Feuerwehr, für die andere im Reitverein oder einem Jugendtheater.

Ihre nächste Überlegung sollte sein: Was kann ich jetzt unmittelbar tun, um meine Bekanntheit zu steigern?

Wann fangen Sie damit an, sich bekannt zu machen?

Es ist unklug, die Begegnung mit Ihrer künftigen Klientel auf die Zeit nach der Ausschreibung von Kursen oder der Einrichtung einer Praxis zu verschieben. Die Leute sollten Sie schon vorher kennen. Machen Sie jetzt eine Liste der möglichen Aktivitäten. Vielleicht gehen Sie zum Fest des Sportvereins, auch wenn Sie noch nie dort waren oder Sie lassen sich blicken bei der Eröffnung der neuen Bibliothek. Dann fragen Sie ein paar Tage später nach, ob Sie einen Vortrag über die Wirkung von Entspannungsverfahren bei Kindern oder Menschen mit Burn-out-Syndrom halten können.

Ihre Aufgabe

Mit der folgenden Tabelle können Sie ein Konzept erarbeiten. Tragen Sie bitte zusammen, wo Sie Ihre zukünftigen KursteilnehmerInnen, KundInnen oder PatientInnen finden können und wie Sie sie informieren wollen. Je nach den technischen Möglichkeiten können Sie die Tabelle kopieren, überschreiben oder sich selbst eine ähnliche Liste entwerfen. Dann tragen Sie die Termine in Ihren Kalender ein.



Welche Menschen sind meine Zielgruppe?	Wo sind sie zu finden?	Wie erreiche ich sie, mit welchen Mitteln spreche ich sie an?	Was habe ich getan, um mich bekannt zu machen, was kann ich jetzt tun?	Wann fange ich an? Ausführlicher Zeitplan
Beispiel	Beispiel	Beispiel	Beispiel	Beispiel
Unternehmen der Gesundheitsbranche	Pflegedienste	Zuständigkeit herausfinden, Anruf, Brief mit Werbeträgern	Ich kandidiere für den Vorstand des Hospizvereins.	
Berufstätige mit hohem Stress	Nicht so leicht, evtl. medizinisches Personal, jede Berufsgruppe, zu der ich Zugang habe	Vorträge bei VHS u.ä., Artikel in Anzeigenblättern	Ich bin Bloggerin und singe im Kirchenchor.	Nächste Woche VHS, FBSt u.ä. anrufen wegen Vorträgen und Seminaren Am 20. August Teilnahme an Gesundheitsmesse mit Vorführung
Junge Familien	Schulen, Kindergärten, Stadtteilstefte		Ich begleite meine Kinder durch die Schule, kenne ca. 100 Eltern. Die lade ich zum Vortrag ein.	

Aufgaben erledigt? Gratulation! Ihr erster Marketingplan liegt vor Ihnen. Nun ist Aktion angesagt. Gehen Sie in kleinen Schritten vor, denn wenn Sie sich zu viel auf einmal vornehmen, werden Sie wenig schaffen. Prüfen Sie bitte zweimal im Monat, ob Sie entsprechend Ihrem Plan gehandelt haben.



2.3. Sich selbst treu bleiben

Sie mögen weder Vereinsmeierei noch Politik, Sie möchten einfach gute Arbeit machen? Verstehen Sie bitte, dass es nicht darum geht, sich des Marketings wegen Aktivitäten aufzuzwingen, zu denen Sie keine Lust haben. Nur wenn Sie mit dem Herzen bei der Sache sind, werden Sie fruchtbare Beziehungen eingehen.

Sie sind nicht der Typ für Marketing? Sie mögen, wollen und können das nicht?

Das gibt es – und oft bleibt es auch so. Damit haben Sie eventuell schwierige Bedingungen für einen guten Start. Was ist zu tun?

Eine Möglichkeit: Tun Sie sich geschäftlich mit mindestens einer anderen Person zusammen, der das Klappern für's Handwerk mehr liegt als Ihnen. Sie haben sicher andere Fähigkeiten einzubringen. Auch Ihnen wird das Werben leichter fallen, wenn Sie nicht allein dastehen.

Andere Möglichkeit: Fangen Sie einfach an. Tun Sie in Sachen Marketing nur das, was Ihnen leicht fällt und vertrauen Sie auf Ihr Glück. Mit der Zeit und mit jeder Aktion werden Ihre Fähigkeiten wachsen.

Einwand: „Alle sagen doch, dass die Mund-zu-Mund-Werbung die beste ist! Man kriegt die Gruppen dadurch voll, dass die TeilnehmerInnen mit anderen darüber sprechen und sie mitbringen!“

Genau! Aber was geht von Mund zu Mund, wenn noch niemand Sie kennt? Sie ahnen vielleicht nach dieser kurzen Einführung ins Marketing, dass es nicht reicht, ansprechende und informative Faltblätter auszulegen. Die Menschen müssen Sie erleben, wenn Sie gut über Sie sprechen sollen. Je mehr Leute Sie auch in anderen Funktionen kennen, umso schneller werden Sie als Kursleiter oder Beraterin einen Namen bekommen. Wir leben nicht in einer Leistungsgesellschaft, sondern in einer Beziehungsgesellschaft.

2.4. Beziehungen nutzen

Wenn Sie Ihre Zielgruppe eingegrenzt haben, durchforsten Sie Ihr Leben und Ihre sozialen Netzwerke mit folgender Fragestellung:

- Welche Leute kenne ich,
 - die ihrerseits viele andere Leute kennen,
 - die Zugang zu Unternehmen haben,
 - die dort tätig sind, wo ich mein Angebot platzieren möchte?
- Wer kann mir raten und weiterhelfen?



- Habe ich den Mut, Menschen um Unterstützung und Empfehlung zu bitten?
 - Wer gibt mir ein kritisches Feedback zu meiner Selbstdarstellung?
 - Kann ich meine Methoden mündlich flüssig und überzeugend beschreiben?
 - Ist die Kurzbeschreibung meines Angebots so gut lesbar, das ich es verschicken und veröffentlichen kann?
- Weitere nützliche Fragen:
 - Wie hoch sind die Honorare oder Preise für vergleichbare Leistungen in meinem Umfeld?
 - Wo und wie muss ich werben, um einen Kurs zustande zu kriegen?
 - Wie komme ich in die Zeitung oder ins lokale Radio?

2.5. Auswahl der Werbemittel

Wenn Sie mit Entspannungstraining und Beratung Geld verdienen wollen, müssen Sie mit Werbung auf sich aufmerksam machen. Werbung soll informieren, interessieren und die Nachfrage wecken. Sie haben die Wahl:

1. Printbereich: Presseartikel, Anzeigen, Flyer, Plakate, Karten und Kärtchen

2. Digitale Medien: Webseiten, Blogs, Facebook, XING, LinkedIn und ähnliches, vor allem auch Einträge in Datenbanken (z.B. www.meinestadt.de)

Printmedien

Bei gestalteten Anzeigen steht die Wirkung oft nicht in einem angemessenen Verhältnis zu den Kosten. Deshalb sollten Sie gut überlegen, welche Zeitung oder Zeitschrift wirklich von Ihrer Zielgruppe aufmerksam gelesen wird. Nicht teuer aber wirksam sind Presseartikel in Verbindung mit einer Fließtextanzeige in Blättern, die allen Haushalten kostenlos zugestellt werden. Fragen Sie nach den Bedingungen!

Ein gedruckter Werbeträger, der Ihre Leistungen benennt und Ihre Daten enthält, ist so gut wie unverzichtbar. Sie können diese Printwerbung immer bei sich haben und dort verteilen, wo Ihre Zielgruppe aus und ein geht.

Fangen Sie am besten mit einem Postkartenformat an, damit Sie der Versuchung widerstehen können, spaltenweise Text über Entspannungsmethoden zu schreiben. Auf eine Postkarte (DIN A6) passt erstaunlich viel: Ein Eyecatcher auf der Vorderseite oder im Hintergrund, Ihr Logo, Ihr Name mit kleinem Portraitfoto, die kurze, prägnante Beschreibung oder Benennung Ihrer Arbeit (Kurse mit Terminen, Beratung, Therapie, Workshops), Telefonnummern, Homepage, Adresse mit Erreichbarkeit und die Preise. Es ist für potentielle KundInnen sehr wichtig zu erfahren, wie viel Geld Sie verlangen. Wenn Sie diese Information vornehm auslassen, rufen die Leute vielleicht gar nicht erst an.



Noch ein Tipp: Machen Sie nicht nur für Ihre Methoden Werbung, sondern vor allem für sich selbst, auch wenn Ihnen das zuerst schwer fällt. Die Kundin, der Kunde soll gerade Ihnen Vertrauen schenken. Also werben Sie am besten in der Ich-Form.

Wenn Sie viele Informationen geben wollen, bietet sich der Flyer mit vier oder sechs Spalten an. Bei einem umfangreichen Jahresterminkalender ist ein Leporello praktisch. Doch heute, da alle Welt einfach ins Internet gelangt, sind kleinere Formate mit Hinweis auf eine Homepage sinnvoller. Denken Sie auch an den QR-Code!

Wichtig: Eine kleine Auflage ist am Anfang die beste Wahl, denn Sie werden schon bald Feedback bekommen und etliches ändern wollen. Auch das Logo, ein origineller Name und die ganz Corporate Identity entwickeln sich oft erst nach einer Zeit des Ausprobierens.

Digitale Medien

Wenn Sie die „sozialen Medien“ in Ihr Werbekonzept einbeziehen, sollten Sie mindestens einmal pro Woche etwas Neues erzählen, sonst guckt niemand hin. Gehen Sie der Frage nach, wie Google, Facebook, LinkedIn, XING und andere Ihre eigenen Daten und die Ihrer Kundschaft nutzen. Das liegt in Ihrer Verantwortung. Passen deren Gepflogenheiten zu Ihren Arbeitsinhalten? Lesen Sie die AGB, auch wenn das mühsam und öde scheint. Es muss mit Ihrer ganzen Lebensführung übereinstimmen, wenn Sie als Werbung bloggen, posten oder twittern.

Webseiten

Auf einen Internetauftritt kann kein Unternehmen mehr verzichten. Wer Sie persönlich kennenlernt und Ihre Printwerbung in der Hand hält, wird sich alsbald Ihre Homepage anschauen. Sie finden preiswerte Baukästen im Internet, die auch von nur mäßig webaffinen Personen bewältigt werden können. Zu Beginn einer neben- oder hauptberuflichen Tätigkeit reichen diese Möglichkeiten aus. Sie können selber interessante Texte und Bilder einfügen, die Seiten pflegen, Termine und Texte ändern oder löschen.

Auf den Webseiten gibt es zwar viel Platz, lange Texte jedoch könnten Ihre Kundschaft langweilen. Das Wichtigste sind Informationen über Sie, die Person, die ein Angebot macht. Verstecken Sie sich nicht hinter AT und PME, zeigen Sie sich selbst. Welche Erfahrungen haben Sie geprägt, was haben Sie im Leben gelernt, was ist das Besondere an Ihrer Anwendung der Methoden? Die Leute suchen einen Menschen, der zu ihnen passt.

Denken Sie nicht nur über Sprache nach – auch mit Farben, Bildern und Symbolen erreichen Sie Seele und Herz. Hier kommt wieder der Zielgruppe Bedeutung zu. Wenn Sie Bilder von wehenden Gräsern, Fußspuren in der Wüste oder von Lotusblüten wählen, findet das vielleicht gerade Ihre Lieblingszielgruppe öde. Überraschen Sie die Menschen lieber mit dem Unerwarteten. Auch Witz und Humor prägen sich gut ein. Es gibt Internetportale mit interessanten und zudem preiswerten Bildern. Wenn Sie meinen, Sie hätten ein Bild schon mal irgendwo gesehen – Steine aufeinander geschichtet oder ein Tropfen, der ins Wasser fällt – dann nehmen Sie besser ein anderes!



2.6. Die Eröffnung – machen Sie von sich reden!

Die einfachste und wirkungsvollste Marketingmaßnahme ist ein glanzvolles Fest mit Life-Musik und einer Laudatio zu Ihren Ehren. Das ist die Gelegenheit, alle Menschen anzusprechen und um sich zu scharen, von denen Sie Empfehlungen erhoffen – Familie und FreundInnen, den Chor, die Wandergruppe, die KollegInnen und NachbarInnen. Laden Sie auch die Menschen ein, die von Ihnen wissen sollen, aber wahrscheinlich nicht kommen: ÄrztInnen, PsychotherapeutInnen oder LokalpolitikerInnen nehmen Ihre Eröffnung eher wahr, wenn sie eine Einladung erhalten. Sie haben keine eigenen Räume? Mieten Sie ein Café oder feiern Sie im Park unter blühenden Bäumen. Sind Sie schon länger am Markt, kann ein Jahresjubiläum den Glanz auffrischen. Falls Sie einen „Tag der offenen Tür“ bevorzugen, sollte hinter dieser Tür etwas Ungewöhnliches zu erleben sein.

2.7. Erreichbarkeit

Sobald Sie werben, müssen Sie gut erreichbar sein – per Telefon, Email und SMS. Ein Telefon, das nur von Ihnen bedient wird, mit Festnetznummer und Anrufbeantworter stellt Ihre Erreichbarkeit auf klassische Weise sicher. Natürlich sollte der Rückruf, den Sie ankündigen, alsbald erfolgen. Es ist auch geschickt, eine Zeit zu nennen, zu der Sie jedenfalls persönlich zu sprechen sind. Wenn Sie eine Mobilfunknummer angeben, muss die Mailbox funktionieren und oft abgehört werden. Einen Vorschlag für ein Formular mit Punkten für das erste Telefongespräch finden Sie im Anhang.

Auch die rechtliche Seite der Werbung gehört zu den Vorüberlegungen. Lesen Sie dazu ab 5.2.

2.8. Was kostet die erste Werbung?

Gedruckte Werbung muss nicht teuer sein. Bei Internetdruckereien erhalten Sie erstaunlich niedrige Preise verbunden mit guter Qualität. Je mehr Sie drucken lassen, umso günstiger wird es pro Stück. Andererseits sollte die erste Auflage nicht zu groß sein (s.o.). Sie werden bald Änderungen vornehmen. Tausend gut gestaltete Postkarten sind ab 100 € zu haben.

Sie können auch mehr Geld in die Hand nehmen und ein professionelles Designbüro beauftragen. Schauen Sie deren Homepage an. Gefällt sie Ihnen? Nehmen Sie ein Vorgespräch in Anspruch, vergleichen Sie Angebote. Werden Sie beraten, einbezogen und ernstgenommen? Erhalten Sie mehrere Entwürfen zur Auswahl? Wie viel Geld riskieren Sie, wenn Ihnen kein Entwurf gefällt? Das Ergebnis, der Werbeträger, muss Ihnen Freude machen, damit Sie ihn gern und mit Stolz verteilen mögen.

Wenn Sie sich die Website von Profis gestalten lassen, kostet das zwischen 800 € und 3.000 €. Ein schönes Fest kann 200 € oder 500 € kosten.

Auch mit einem kleinen Werbeetat können Sie einen guten Start haben, wenn sie klug planen und viele Menschen Sie unterstützen.



3. Es geht ums Geld Teil I

Wir wollen nun gemeinsam die Aufmerksamkeit auf die Kosten lenken, die vor Beginn Ihrer Tätigkeit anfallen.

Als Entspannungspädagogin oder Berater haben Sie den immensen Vorteil, für Ihren Start in die Selbständigkeit wenig Geld zu benötigen. Verglichen mit dem Kapitalbedarf einer Tischlerei oder eines Pflegedienstes sind Sie echt gut dran. Ihre Ausbildung haben Sie schon bezahlt, ein Teil der Bürotechnik ist wahrscheinlich auch schon vorhanden.

3.1. Begriffsbestimmungen

Beim Thema Geld unterscheiden Sie bitte folgende Fragen voneinander:

1. Wie viel Geld brauche ich, bevor ich anfangen kann, meine Leistung anzubieten? Das nennt man den Kapitalbedarf vor Gründung. (3.2.)
2. Wie viel Geld wird mich der laufende Betrieb nach der Gründung kosten? Das sind die Betriebskosten. (9.1.)
3. Wie viel Geld möchte ich für mich selbst als Gewinn erwirtschaften? Dafür wird im Kapitel 9.1. der Begriff Entnahme verwendet.
4. Wie gestalte ich meine Preise für die Klientel? (9.3.)
5. Was von alledem ist relevant für die Steuererklärungen? (s. Kapitel 10)

Beim Kalkulieren werden immer zuerst die Kosten betrachtet, denn Kosten kann man annähernd planen. Sie können vorhersehen, was Sie in etwa brauchen werden und haben eine Ahnung davon, wie teuer eine Sache oder die Miete sein mag. Demgegenüber sind die Einnahmen kaum zuverlässig zu planen. Sie können selten sicher sein, dass Ihr Angebot auf ein positives Echo treffen wird und ob Ihre Kurse besucht, Ihre Beratungen gebucht werden.

3.2. Kapitalbedarf vor Gründung

Also fangen wir mit den Kosten an und wenden uns an dieser Stelle der Frage 1 zu.

Hier ist eine Checkliste, die Sie benutzen können, indem Sie in die Spalten, die für Sie zutreffen, die geschätzten Kosten einsetzen. Beispiel: Wenn Sie ausschließlich als ReferentIn in Einrichtungen Kurse und Workshops geben wollen, brauchen Sie die Spalte Renovierung oder Praxiseinrichtung nicht auszufüllen. Die leeren Spalten sind für eigene Ideen gedacht.

Zum Ergebnis addieren Sie zur Sicherheit 10 % hinzu – und schon haben Sie Ihren Kapitalbedarf ausgerechnet.



1. Sachen zum Beispiel	Preis
Renovierung	
Büroeinrichtung	
Praxiseinrichtung	
Matten, Decken, Handtücher und ähnliches	
Verbrauchbares Material (Taschentücher, Seife)	
2. Erste Werbung	
Flyer, Karten, Anzeigen	
Homepage	
Eröffnungsfest	
3. Beratung	
Persönlichkeitscoaching, Supervision	
Unternehmensberatung, Steuerberatung	
4. Sonstiges, Kaution	
5. Rücklage für Zeiten ohne Einnahmen (nur falls keine anderen Einkommensquellen vorhanden sind)	
Summe	
plus 10 %	
Kapitalbedarf	

Nun fragen Sie sich selbst: Habe ich genügend Geld? Wenn ja, ist es gut. Wenn nein, oder nur zum Teil, geht es weiter mit der Überlegung, woher das Geld kommen könnte: Ein Darlehen von der Bank, aus der Familie, von einer Freundin?

Günstige Existenzgründungsdarlehen vermittelt Ihnen Ihre Bank in der Regel erst ab einem Kapitalbedarf von mindestens 20.000 €. Fragen Sie dennoch Ihre Hausbank. Das ist die Bank, bei der Sie schon lange Ihr Privatkonto haben. Gehen Sie gut vorbereitet mit einem kurzen und überzeugenden Businessplan in der Tasche zu dem vereinbarten Termin (s. Checkliste im Anhang).



4. Meldepflichten

Sie haben sich bisher mit Marketing und den Gründungskosten befasst. Nun stehen Überlegungen dazu an, welche Stellen Sie informieren müssen, bevor Sie Ihre Arbeit aufnehmen.

4.1. Informationspflicht am Arbeitsplatz:

Wer abhängig beschäftigt ist, muss in der Regel die ArbeitgeberInnen über eine beabsichtigte selbstständige Nebentätigkeit informieren. BeamtInnen brauchen eine Genehmigung.

Ihr Arbeitgeber hat einen Anspruch darauf, dass Sie

- ihm oder ihr keine wirtschaftliche Konkurrenz machen,
- sich nicht überanstrengen und erschöpfen,
- nicht im Erholungsurlaub arbeiten und
- das Arbeitszeitgesetz einhalten.

Letzteres ist kompliziert. Es läuft darauf hinaus, dass Angestellte inklusive Nebentätigkeit die wöchentliche Normalarbeitszeit (38,5 – 40 Std. je nach Bundesland) nur um 20 % überschreiten dürfen. Angestellte können also pro Woche insgesamt ca. 47 - 48 Stunden einer Erwerbsarbeit nachgehen, mehr nicht. Dabei ist es egal, ob sie mit einer vollen oder einer Teilzeitstelle angestellt sind.

4.2. Anmeldung als Gewerbe oder freier Beruf

4.2.1. Gewerbe als Regel

Wer selbstständig arbeitet, betreibt in der Regel ein Gewerbe, das beim Gewerbeamt (Gemeinde oder Kreis) anzumelden ist. Dafür erhält man einen Gewerbeschein gegen eine Gebühr von rund 30-50 €. Die Gewerbebeanmeldung ist vielfach online möglich. Das Gewerbeamt übernimmt dann die Meldung an das Finanzamt (FA), das sich wiederum bei Ihnen mit dem „Erfassungsbogen“ meldet. Gewerbetreibende sind Zwangsmitglied der IHK, die womöglich keinen Beitrag von Ihnen verlangt, solange Sie noch im Aufbau sind. Ab 24.500 € Gewerbeertrag im Jahr müssen Sie Gewerbesteuer zahlen (s.u.10.5.).

Wir blicken ins Gesetz und finden die Definition des Begriffs „Gewerbebetrieb“ in § 15 Abs.2 EStG:

„Eine selbständige nachhaltige Betätigung, die mit der Absicht, Gewinn zu erzielen, unternommen wird und sich als Beteiligung am allgemeinen wirtschaftlichen Verkehr darstellt, ist Gewerbebetrieb, ...“



4.2.2. Freier Beruf als Ausnahme

Diese Definition gilt auch für die Ausnahmen. Eine davon ist der „freie Beruf“. Die freien Berufe sind als Ausnahme vom Gewerbe in § 18 EStG aufgezählt. Von dieser Aufzählung interessieren uns hier folgende Punkte:

„Zu der freiberuflichen Tätigkeit gehören die selbständig ausgeübte wissenschaftliche, künstlerische, schriftstellerische, unterrichtende oder erzieherische Tätigkeit, die selbständige Berufstätigkeit der Ärzte, Zahnärzte, Tierärzte,..... Heilpraktiker, Dentisten, Krankengymnasten, Journalisten, und ähnliche Berufe.“.....

4.2.3. Die Einordnung der Entspannungspädagogik

Ein **Gewerbe** meldet man beim Gewerbeamt an, einen **Freien Beruf** beim FA. Worunter fällt nun Ihre Tätigkeit als EntspannungspädagogIn, Gruppenleiterin, Burn-Out-Berater oder Coach?

Es gibt verschiedene Möglichkeiten und Kombinationen:

a) Wenn Sie die Entspannungsarbeit als Teil Ihrer Tätigkeit als ÄrztIn, HP oder in einen geregelten medizinischen Fachberuf (Physio-, Ergotherapie, Pflegefachkraft und ähnliche Berufe) einfließen lassen, gehören Sie zu den in §18 EStG aufgezählten freien Berufen. Diese Praxen werden beim FA und beim Gesundheitsamt angemeldet.

b) Sie geben ausschließlich Kurse, Seminare, Workshops in Entspannungsmethoden, unterrichten also.

Es sieht es nach der Lektüre des § 18 EStG zunächst so aus, als üben Sie einen freien Beruf aus, was eine Anmeldung beim FA erfordert.

Wenn Sie außerdem in geringem Umfang beraten oder coachen, bleibt es beim freien Beruf.

Die Gewerbeämter handhaben dies jedoch anders. Sie betrachten Unterricht nur dann als freien Beruf, wenn das Unterrichtsfach an Hochschulen gelehrt wird und Sie Ihre Kenntnisse durch ein Studium erworben haben. Das hat für den Fall einer Yogaschule das OVG Münster im Jahre 2001 entschieden (OVG NRW, B.v.29.03.2001 4 A 4077/00). Für das Gewerbeamt ist also Ihr Entspannungsunterricht ein Gewerbe.

Beratung oder Coaching ist in § 18 EStG nicht als Ausnahme aufgeführt und ist demnach für sich genommen ein Gewerbe. Wenn Sie überwiegend beraten und nur wenig unterrichten, wäre alles zusammen Gewerbe. Was machen Sie mit dieser verwirrenden Information?



Es gibt zwei Möglichkeiten:

a) Sie fragen das Gewerbeamt vor Ort, ob Sie Ihren Unterricht und/oder die Beratung dort anmelden sollen und richten sich nach der Antwort. Das ist ein korrekter Weg und jedenfalls richtig, wenn Sie hauptsächlich als BeraterIn tätig werden wollen.

b) Sie melden sich beim FA mit einem freien Beruf an, z.B. als EntspannungspädagogIn oder „DozentIn in der Erwachsenenbildung“ und warten ab, ob das FA die Anmeldung akzeptiert oder Sie ans Gewerbeamt verweist. Das ist auch korrekt und meistens der praktischere Weg. Die Handhabung dieser Thematik durch die Behörden vor Ort ist leider recht unterschiedlich.

Zur Anmeldung bei den Sozialversicherungsträgern lesen Sie bitte weiter unten das Kapitel 8. Sozialversicherung. Alle behördlichen Anmeldungen im Überblick s.8.6.

5. Die rechtliche Seite Ihres Vorhabens

5.1. Berufsbild, Berufsbezeichnung, Berufsverband, Berufsordnung und Markenschutz

Es gibt für Ihre Tätigkeit kein gesetzlich geregeltes Berufsbild und auch keine geschützte Berufsbezeichnung.

Alle Menschen, die sich zutrauen, Entspannungskurse zu geben oder Meditationen anzuleiten, genießen das Grundrecht der freien Berufsausübung nach Art. 12 GG und dürfen sich EntspannungspädagogIn oder –trainerIn nennen. Für die Bezeichnung Coach gilt dasselbe. Diese und ähnliche Berufsbezeichnungen sind frei verwendbar.

Wenn Sie einem Berufsverband beitreten, sind Sie Mitglied in einem Verein und haben Rechte und Pflichten.

Ihr Berufsverband, der BVEP, macht für Sie Berufspolitik, setzt Qualitätsstandards u.a. über die Zertifizierung und ermöglicht Ihnen Werbung über seine Website. Ein Mitglied hat die Pflicht, den Beitrag zu zahlen und sich an die Vorgaben der Satzung und die Regeln über die Zertifizierung und Fortbildung zu halten.

Als Mitglied heben Sie sich durch die Zertifizierung von anderen AnbieterInnen ab und haben die Möglichkeit, die Qualität Ihrer Ausbildung und Ihrer Arbeit nach außen darzustellen.

Berufsordnungen für nicht staatlich geregelte Berufe können von Berufsverbänden oder Dachverbänden erstellt werden. Sie sind nur für die Mitglieder dieser Verbände verbindlich. Derzeit gibt es keine Berufsordnung für EntspannungspädagogInnen.



Markenschutz

Die gängigen Entspannungsmethoden Autogenes Training und Progressive Muskelentspannung sind nicht als Marken geschützt. Allerdings sieht man es einer Kombination von Worten nicht unbedingt an, ob sie beim Patentamt (DPMA) als Marke eingetragen sind. Nicht jede geschützte Marke ist mit einem ® versehen. Das Markenrecht ist eine komplizierte Materie, die hier nicht näher dargestellt werden kann.

Vielleicht haben Sie ein anderes Entspannungsverfahren erlernt, dessen Namen in einem Markenverzeichnis eingetragen ist und von den Markeninhabern mit dem ®, („registered Trademark“) versehen wird. Unter welchen Bedingungen Sie die geschützte Marke verwenden dürfen, erfahren Sie von den Markeninhabern.

5.2. Berufsausübung und Werbung

Bevor Sie Werbung in die Welt schicken, sollte Ihnen klar sein,

1. was Sie tun dürfen und was nicht und
2. welche gesetzlichen Einschränkungen es für Werbung gibt.

5.2.1. Grenzen der Heilkunde

Als Entspannungspädagogen dürfen Sie alles tun, was nicht verboten ist. Das wichtigste Verbot für Sie findet sich im HeilprG. Die Ausübung der Heilkunde ist erlaubnispflichtig.

Was Ausübung der Heilkunde ist, lesen Sie hier:

§ 1 HeilprG

(1) Wer die Heilkunde, ohne als Arzt bestellt zu sein, ausüben will, bedarf dazu der Erlaubnis.

(2) Ausübung der Heilkunde im Sinne dieses Gesetzes ist jede berufs- oder gewerbsmäßig vorgenommene Tätigkeit zur Feststellung, Heilung oder Linderung von Krankheiten, Leiden oder Körperschäden bei Menschen, auch wenn sie im Dienste von anderen ausgeübt wird....“.

Nach § 5 HeilprG wird ein Verstoß gegen dieses Gesetz mit Gefängnis- oder Geldstrafe geahndet.

§ 1 HeilprG behält also Heilbehandlungen den Menschen mit einer ärztlichen Approbation oder einer Erlaubnis als HP vor. Wenn Sie Entspannungsverfahren unterrichten und als Coach oder BeraterIn tätig sind, kommen Sie mit dieser Vorschrift nicht in Konflikt. Daher wird diese Frage hier nicht vertieft.

Allerdings sind einige wichtige Grundsätze in Ihrer Außendarstellung zu beachten.



5.2.2. Rechtliche Einschränkungen der Werbung

EntspannungspädagogInnen, Trainerinnen, Coaches und auch HP dürfen grundsätzlich für ihre Leistungen werben wo und wie sie wollen. Lediglich approbierte ÄrztInnen müssen die Vorgaben ihrer Kammern beachten.

Zwei Gesetze zeigen Ihnen Grenzen auf, das UWG und das HWG.

5.2.2.1. Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

Die Bezeichnung **Therapie** und **TherapeutIn**

Nehmen wir an, Ihre YogalehrerIn wirbt mit „Yogatherapie“. Das klingt gut, finden Sie und wollen nun auch als „EntspannungstherapeutIn“ mit „Entspannungstherapie“ an die Öffentlichkeit treten.

Dürfen Sie das? Oder weist diese Berufsbezeichnung auf eine Tätigkeit hin, die Sie nach dem HeilprG nur mit einer ärztlichen Approbation oder dem HP-Schein ausüben können?

Ich erläutere Ihnen hier kurz die geltende Rechtslage und bitte Sie, Ihre Arbeit selbst einzuordnen. Wie so oft lässt sich nicht alles glasklar unterscheiden und benennen, wenn Lebenswirklichkeit und rechtliche Grundsätze aufeinander treffen.

Der Begriff „Therapie“ und die Berufsbezeichnung „TherapeutIn“ sind rechtlich nicht geschützt. Lediglich die Bezeichnung „Psychotherapeut / PsychotherapeutIn“ ist nach § 1 PsychThG den psychologischen PsychotherapeutInnen vorbehalten.

Das bedeutet aber nicht, dass man sich nach Belieben TherapeutIn und jede Methode Therapie nennen darf.

Bei der Auswahl einer Bezeichnung für eine Tätigkeit sind in erster Linie Gesichtspunkte des Wettbewerbsrechts zu bedenken. In § 5 UWG ist geregelt, dass VerbraucherInnen nicht mit irreführenden Angaben getäuscht werden dürfen. Die Frage lautet also: Würde eine interessierte Verbraucherin hinter dem Wort „Entspannungstherapie“ oder „EntspannungstherapeutIn“ eine heilkundliche Tätigkeit vermuten und daraufhin mehr Vertrauen entwickeln als gerechtfertigt ist? Das ist nicht so einfach zu beantworten.

Der Begriff „Therapie“ hat seine Eindeutigkeit eingebüßt, seit Krankengymnastik in Physiotherapie umbenannt worden ist. Ergotherapie hieß schon zuvor Beschäftigungstherapie, ohne heilkundlich zu sein, und auch die Bezeichnung „Lerntherapie“ wird nicht beanstandet.

Meine vorsichtige Einschätzung ist, dass Sie nach Wettbewerbsrecht die Bezeichnung „EntspannungstherapeutIn“ verwenden dürfen. Wenn Sie Ihre Arbeit Therapie nennen, ohne eine Erlaubnis zur Ausübung der Heilkunde zu haben, dürfen Sie in Ihrer Werbung nichts andeuten, was auf die Feststellung, Heilung oder Linderung von Krankheiten, Leiden und Körperschäden verweist (§ 1 HeilprG), also keine Indikationen nennen wie Migräne, Bandscheibenvorfall etc. Die Erwähnung



von Schmerzen muss unterbleiben. Wenn Sie die Begriffe Therapie oder TherapeutIn verwenden, sollten Sie sicherheitshalber in Ihrer Werbung und gegenüber KlientInnen ausdrücklich auf die Natur Ihrer Arbeit als nicht heilkundlich hinweisen.

Es gibt aber noch mehr Stolpersteine durch eine neue, sehr strenge Rechtsprechung (OLG Hamm vom 20.05.14 - 4 U 57/13 und Berliner KG vom 19.06.2015 - 5 U 120/13). Die Grundsätze fasse ich ganz kurz - nicht wörtlich - zusammen:

Fachliche Aussagen auf dem Gebiet der gesundheitsbezogenen Werbung müssten gesicherter wissenschaftlicher Erkenntnis entsprechen. Eine Werbung mit gesundheitsbezogenen Aussagen sei unwahr, wenn der wissenschaftliche Nachweis für die Wirkung fehle. Dieser sei regelmäßig durch randomisierte, placebokontrollierte Doppelblindstudien zu führen. Außerdem seien vorhandene Gegenmeinungen zu nennen. Leider müssen Sie dies alles auch dann ernst nehmen, wenn Sie nur sehr allgemeine gesundheitsbezogene Aussagen machen wie „Entspannung beschleunigt Genesungsprozesse“ u.ä. In den genannten Gerichtsverfahren hatten sogenannte „Abmahnvereine“ geklagt und Recht bekommen. Diese Vereine können auch Ihre Werbung kontrollieren. Ich rate Ihnen, derzeit auf Ihren Webseiten zur Nennung jeder Ihrer Methoden einen Absatz in dieser Art einzufügen: „Die Wirkung meiner Methoden beruht auf Erfahrungswissen. Sie ist nicht wissenschaftlich erwiesen im Sinne der Schulmedizin.“ Vielleicht finden Sie selbst andere Worte. Falls Sie die Lust packt, sich mit etwas Ironie zu distanzieren etwa wie: „Ich muss Sie aus rechtlichen Gründen darauf hinweisen...“oder“.. die Wissenschaft ist noch nicht so weit..“, so muss ich Ihnen leider sagen, dass das KG Berlin keinen Spaß versteht, wenn es um die Wissenschaft und das hohe Gut der Gesundheit geht.

5.2.2.2. Das Heilmittelwerbegesetz (HWG)

Nicht nur für die ÄrztInnen und HP unter Ihnen gilt das HWG, sondern, so § 1, für alle, deren Werbeaussage sich auf die Erkennung, Beseitigung oder Linderung von Krankheiten, Leiden, Körperschäden oder krankhaften Beschwerden bei Mensch oder Tier bezieht.

Die Gerichte legen diesen Text weitherzig aus, da sind auch PhysiotherapeutInnen und EntspannungstrainerInnen schnell dabei, wenn sie sich über die Wirkung von Stressreduktion auslassen. Beachten Sie auch den § 3:

§ 3 Unzulässig ist eine irreführende Werbung. Eine Irreführung liegt insbesondere dann vor, wenn

- 1. Arzneimitteln, Verfahren, Behandlungen, Gegenständen oder anderen Mitteln eine therapeutische Wirksamkeit oder Wirkungen beigelegt werden, die sie nicht haben,*
- 2. wenn fälschlich der Eindruck erweckt wird, dass*
 - a) ein Erfolg mit Sicherheit erwartet werden kann,*



Hier gilt dasselbe zur Wissenschaftlichkeit wie oben beim UWG. Aus der Nr. 2 des §3 HWG haben Gerichte schon seit längerem abgeleitet, dass über die Wirkung keine Tatsachenbehauptungen aufgestellt werden dürfen. Sie kennen dies vielleicht unter dem – eher verwirrenden – Schlagwort „keine Heilungsversprechen abgeben“.

Was folgt daraus? Sie dürfen niemals sagen, dass ein therapeutisches Verfahren wirklich wirkt, selbst wenn es um die so beliebte „sanfte Anregung der Selbstheilungskräfte“ geht.

Letztlich führt diese Rechtsprechung dazu, dass Sie in Ihrer Werbung Indikationen und Wirkungen nicht oder nur sehr vorsichtig nennen sollten. Sie müssen sich darauf verlassen, dass, wer sich für Ihre Angebote interessiert, selbst weiß, warum er oder sie danach sucht. Zum Glück ist das ja auch meistens der Fall.

5.2.3. Zitieren

Wenn Sie Studien oder andere Texte zitieren wollen, müssen Sie das korrekt tun. Das verlangt die allgemeine Gepflogenheit und außerdem § 6 HWG. AutorIn, Zeitpunkt der Veröffentlichung und die genaue Fundstelle sind unerlässliche Angaben.

Ob Sie philosophische oder lyrische Sprüche ohne weiteres in Ihrer Werbung verwenden dürfen, ist nicht leicht zu beantworten. Nennen Sie jedenfalls immer den Autor, die Autorin! Wenn Sie sicher gehen wollen, dass Sie keine Urheberrechte verletzen, zitieren Sie nur Aussprüche von Menschen gleich welcher Nation, die vor mehr als 70 Jahren gestorben sind.

5.2.4. Impressum und Datenschutz auf der Homepage

Von allen Verpflichtungen, die Werbung im Internet mit sich bringt, besprechen wir hier die Impressumspflicht nach § 5 TMG.

Jede Werbung im Internet braucht ein Impressum das leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten ist. Ein nicht korrektes Impressum kann zu hohen Geldbußen führen. Außerdem hätte ein Abmahnverein leichtes Spiel.

Erforderlich sind bei Einzelunternehmen:

- Namen und die Anschrift der Niederlassung
- Emailadresse und Telefonnummer
- Umsatzsteueridentifikationsnummer, falls vorhanden
- Angaben, wer für den redaktionellen Teil des Webprojektes verantwortlich ist und ob geschützte Marken oder Zeichen verwendet werden.



- Wer einen Beruf ausübt, der staatlich reglementiert ist und einen Befähigungsnachweis braucht, also ÄrztInnen, HeilpraktikerInnen, PhysiotherapeutInnen usw., nennen zusätzlich:
- die Kammer der die AnbieterIn angehört (nur für Kammerberufe)
- die gesetzliche Berufsbezeichnung und den Staat, in dem diese verliehen worden ist
- die zuständige Aufsichtsbehörde
- die Bezeichnung der berufsrechtlichen Regelungen und wie diese zugänglich sind.

Als Beispiel das korrekte Impressum einer Heilpraktikerin:

- Britta Becker, Adresse, E-Mail, Telefon
- Berufsbezeichnung: Heilpraktikerin, Geltungsbereich: Bundesrepublik Deutschland
- zuständige Aufsichtsbehörde: Gesundheitsamt Darmstadt
- Rechtsgrundlage: § 1 HPG und 1. DVO vom 17.02.1939, www.gesetze-im-internet.de
- Verantwortlich für den redaktionellen Teil: Britta Becker

EntspannungspädagogInnen, BeraterInnen, TrainerInnen usw. beachten nur die erste und die letzte Zeile.

5.2.5. . Datenschutz

Ab Mai 2018 gilt die DSGVO.

Ihre Website braucht im Menü einen eigenen Button „Datenschutz“ mit korrektem Datenschutzhinweis. Passende Hinweise finden Sie u.a. bei:

<https://dsgvo-muster-datenschutzerklaerung.dg-datenschutz.de/>

<https://datenschutz-generator.de/>

und <https://www.e-recht24.de/muster-datenschutzerklaerung.html>

Die Quelle bitte immer nennen.

Benutzen Sie Social Media nicht über Ihre Website, bevor Sie sich genau erkundigt haben, was Facebook und andere Dienste mit den Daten Ihrer Kundschaft macht. Das Ergebnis sollte sich in dem Datenschutzhinweis wiederfinden.



Außerdem müssen Sie noch einige andere Regeln beachten, um von nun an den Schutz der Daten Ihrer KundInnen zu gewährleisten. Für kleine Einzelunternehmen werden die Veränderungen übersichtlich sein. Hier einige Beispiele:

- Verschicken Sie Adressenlisten oder ähnliches nicht mehr an alle TN, sondern lassen Sie das die TN miteinander regeln!
- Fotos aus dem Arbeitszusammenhang, auf denen Personen zu erkennen sind, sollten Sie nur noch mit schriftlicher Zustimmung in Ihrer Werbung verwenden.
- Wer regelmäßig Informationen per Email verschickt, muss Einverständniserklärungen einholen und archivieren.

5.3. Resümee und Ausblick:

- Sie haben die rechtlichen Vorgaben für Ihre Werbeträger kennengelernt und
- einen Marketingplan aufgestellt und hoffentlich etwas in die Wege geleitet.
- Sie wissen nun, ob Sie Ihre Tätigkeit als Gewerbe oder freien Beruf anmelden werden
- und haben sich einen Überblick über die Investitionskosten verschafft.

Nun ist es Zeit darüber nachzudenken, in welcher Weise und Form Sie selbständig werden wollen:

- als Referentin in anderen Einrichtungen
- in eigener Praxis, eigenen Räumen
- oder beides

Anschließend werden Sie durch die Bestimmungen zur Sozialversicherungspflichten geleitet.



6. Wie wollen Sie arbeiten? Nebenberuf und Hauptberuf

6.1. Selbständig als ReferentIn, DozentIn, BeraterIn

Rechtlich gesehen ist es egal, ob Sie Ihre Tätigkeit als Neben- oder Hauptberuf planen. Der Start in eine nebenberufliche Tätigkeit ist im allgemeinen entspannter, weil Ihr Lebensunterhalt gesichert ist.

a) Ein eigenes Programm steht jetzt nicht an.

Sie wollen klein anfangen und neben einem Hauptberuf oder Ihrer Familienarbeit als EntspannungspädagogIn oder BeraterIn tätig sein. Dann sind Sie gut beraten, Ihre Lehrtätigkeit zuerst bei Trägern anzubieten, deren Programm weithin beachtet wird, von der VHS über Sportvereine, Bildungsstätten, Schulen, Fitnessstudios und Wellnesshotels bis zu Kliniken und Krankenkassen. So haben Sie weder hohe Kosten für Werbung noch Verwaltungsarbeit. Sie sparen Zeit und Geld – daher können sich auch die niedrigen VHS-Honorare lohnen, zumal Sie dadurch bekannt werden und KundInnen für Einzelstunden und Beratungen gewinnen können.

In aller Regel kommen diese Einrichtungen nicht mit Anfragen auf Sie zu, sondern Sie müssen ein überzeugendes Angebot machen. Auch das ist eine Werbemaßnahme. Es ist praktisch, in diesem Angebot schon auf digitale und Printmedien verweisen zu können. Gut ist es auch, wenn Sie bei den Leuten bekannt sind, denen Sie etwas anbieten oder sich auf eine Empfehlung berufen können.

Auch als Honorarkraft sind Sie selbständig und müssen die Tätigkeit anmelden (s.o. bei Gewerbe, freier Beruf). Möglicherweise fällt Ihr Honorar teilweise unter die Übungsleiterpauschale (s.u. 10.3.3.).

b) ReferentIn mit eigenem Kursprogramm

Wenn Sie ein Programm mit Seminaren herausgeben, die Sie selbst veranstalten, werden Sie merken, dass die Organisation der An- und Abmeldungen sehr arbeitsintensiv ist. Zwar behalten Sie dann die gesamten Einnahmen, haben aber auch Kosten für Miete, Werbung usw. Das erste Programm mit Kursen, Seminaren und Workshops ist immer ein Wagnis. Sie wissen noch nicht, wer kommt und was diese Menschen für Vorlieben und Gewohnheiten haben. Also müssen Sie aufmerksam und flexibel sein. Beim zweiten Programm schöpfen Sie schon aus Ihren Erfahrungen. Sie werden es im Herbst für das nächste Jahr zusammenstellen und veröffentlichen.

Für selbst organisierte Kurse können Sie die Übungsleiterpauschale nicht in Anspruch nehmen (s. 10.3.3.)



6.2. Scheinselbständigkeit

Wenn Sie als „Honorarkraft“ für Unternehmen oder Einrichtungen arbeiten, sind Sie in den Augen der Sozialversicherungsträger nur dann selbständig, wenn Sie erkennbar im eigenen Namen auftreten, nicht weisungsgebunden und nicht in einen Betrieb integriert sind (LSG Baden-Württemberg L 5 R 672/12 U.v. 19.03.2014). Liegen die Dinge anders – Sie treten im Namen des Betriebes auf und sind dort eingebunden – müssten Sie eigentlich angestellt werden und sind nur zum Schein selbständig. Das Risiko einer Nachzahlung der Sozialversicherungsbeiträge tragen nicht die Honorarkräfte, sondern die ArbeitgeberInnen. In diese Rolle können auch Sie geraten, sobald Sie als Selbständige/r anderen für ihre Dienstleistung ein Honorar zahlen.

Die Materie ist komplex. Wer sicher gehen will, beantragt eine Statusfeststellung bei der Clearingstelle der DRV (www.clearingstelle.de).

Gewöhnen Sie sich an, als Honorarkraft Rechnungen zu schreiben, selbst wenn Sie nur VHS- Kurse geben. Rechnungen sind immer ein Indiz für Selbständigkeit (s.u. und Beispiel im Anhang).

6.3. Die eigene Praxis

Es gibt kein gut passendes Wort für ein kleines Unternehmen mit eigenem Programm und Angeboten an Entspannung, Beratung und dergleichen mehr. Ist es ein Büro, ein Studio, eine Schule oder eine Praxis? Ich wähle hier den Begriff „Praxis“, weil es dem, was Sie als EntspannungspädagogIn betreiben, am nächsten kommt.

6.3.1. Die Praxis im eigenen Haus oder in der Wohnung

wirkt immer sehr privat, manche Leute fühlen sich deswegen befangen. Gleichen Sie dies durch professionelle Einrichtung und Kommunikation aus.

Rechtliche Bedingungen: Eine ruhige Berufstätigkeit ist durch eine langjährige Rechtsprechung in Wohnräumen erlaubt, vorausgesetzt, dass Sie mindestens die Hälfte der Wohnung oder des Hauses zum Wohnen nutzen. Dritte, Nachbarn oder VermieterInnen dürfen nicht gestört werden z.B. durch Lärm, Gerüche oder Erschütterungen, viel Kommen und Gehen. Es ist eine Frage der Häufigkeit und Intensität. Da bei gelegentlichen kleinen Entspannungsgruppen nicht die Heizungsrohre wackeln, können Sie diese Bedingungen wohl erfüllen. Sorgen Sie dafür, dass Ihre Gruppen nicht im Treppenhaus oder auf der Straße vor den Fenstern anderer Leute rauchen und lärmern.

Eventuell müssen Sie das Bauamt fragen, ob Wohnraum in Gewerberaum umgewidmet werden kann. Investieren Sie niemals in den Ausbau von Dachgeschoss- oder Kellerräumen, bevor Sie geklärt haben, ob teure Vorkehrungen für den Brandschutz getroffen werden müssen.



6.3.2. Räume außerhalb der Wohnung

sollten Sie dort anmieten, wo eine berufliche Nutzung zweifelsfrei genehmigt ist. Zu Beginn ist es praktisch, einen Raum an einem oder zwei Wochentagen bei Leuten zu mieten, die einen ähnlichen Bedarf haben wie Sie und ihre Räume nicht durchgehend nutzen.

6.3.3. Auswahl und Ausstattung der Räume

Wichtig sind:

- eine angenehme, freundliche Umgebung
- gute Erreichbarkeit für Sie und Ihre Kundschaft
- Ruhe für Gruppen und Einzelarbeit
- eine bezahlbare Miete.

Räume für Kurse, für Coaching oder Beratung einzurichten, ist eine Frage des Geschmacks und des Geldbeutels. Gesetzliche Vorgaben gibt es kaum, es sei denn, Sie sind heilkundlich tätig. Das WC sollte mit Seifenspender und Einmalhandtüchern ausgestattet sein. Getrennte Toiletten für Frauen und Männer sind nicht vorgeschrieben, ebenso wenig eine eigene Kundentoilette in Ihrem Haus oder Ihrer Wohnung.

Ob Sie als UnternehmerIn einen Feuerlöscher brauchen, ist landesrechtlich geregelt. Das Ordnungsamt kann weiterhelfen.

6.3.4. Parkplätze

In den Gemeinden und Ländern gibt es höchst unterschiedliche Stellplatzverordnungen. Es geht um Folgendes: Wenn Sie durch geschäftliche Tätigkeit veranlassen, dass Leute per Auto anfahren, müssen Sie Stellplätze nachweisen oder eine Ablösesumme von oft mehreren tausend Euro dafür bezahlen, dass Sie keine Stellplätze haben. Fragen Sie immer, bevor Sie ein Objekt mieten, ob dieses Problem schon geregelt ist. Auch wer Räume zu Hause nutzt, muss u.U. Parkplätze nachweisen. Die Stadt- oder Kreisverwaltung gibt Auskunft.

6.3.5. Erstattung durch Krankenkassen – der Leitfaden Prävention

Bevor Sie einen Entspannungskurs ausschreiben, werden Sie überlegen, ob Sie ihren KursteilnehmerInnen eine teilweise Erstattung der Kosten durch die GKV in Aussicht stellen können. Diese finanzielle Hilfe kann den Ausschlag für die Entscheidung geben, einen Kurs bei Ihnen zu belegen.



Gesetzliche Grundlagen sind §§ 20 und 20 a SGB 5. Im „Leitfaden Prävention“ (aktuell von 2018, herunterzuladen unter [/www.gkv-spitzenverband.de](http://www.gkv-spitzenverband.de)) können Sie sich über die Bedingungen im Einzelnen informieren. Für Sie ist wichtig, dass unter dem Punkt 5.4.3. Stressmanagement und die Anbieterqualifikation behandelt wird. Es gibt einen Bestandsschutz für alle, die bis zum 30. September mit ihrer Qualifikation anerkannt waren. Danach werden die Anforderungen erhöht. Lesen Sie bitte Kapitel 5.3. auf S. 53. Wenn Sie sich mit Ihrer Qualifikation dort wiederfinden, können Sie bei der „Zentralen Prüfstelle „ (www.zentrale-pruefstelle-praevention.de) online einen Antrag stellen, der es allerdings in sich hat. Gehören Sie jedoch nicht zu diesem Personenkreis oder wollen die Mühen des Antrags nicht auf sich nehmen, erklären Sie Ihren TeilnehmerInnen am besten offen die Gründe.

6.3.6. Betriebliche Gesundheitsförderung

Wenn Sie einem Unternehmen ein Angebot in der betrieblichen Gesundheitsförderung machen wollen, sollten Sie folgenden Hintergrund kennen: Seit 2008 können Unternehmen nach § 3 Nr. 34 EStG ihren MitarbeiterInnen jeweils 600 € - bis 2020 waren es 500 € - im Jahr für gesundheitsfördernde Maßnahmen zukommen lassen, ohne dass diese die Zuwendung als geldwerten Vorteil versteuern müssen. Für das Unternehmen sind das Betriebskosten. Dieser steuerliche Anreiz hat viel Interesse bei der Arbeitgeberschaft an wirksamen Gesundheitsmaßnahmen für die Belegschaft geweckt. Was Sie bei einem solchen Angebot beachten sollten, erfahren Sie in einem ausführlichen Artikel auf der Website Ihres Berufsverbandes.

6.3.7. Kommunikation

Sie geben Werbung in die Welt und werden Anfragen per Telefon oder Email bekommen.

Nehmen Sie die Kommunikation in die Hand! Es ist wichtig, dass über EMailkontakt hinaus ein persönliches Gespräch am Telefon zustande kommt. Sie werden der anrufenden Person zuhören und wichtige Fragen stellen. Was sucht und wünscht der Mensch, eine Beratung, eine Gruppenteilnahme, eine Auskunft? Wurden Sie empfohlen? Von wem? Weiß Ihr Gegenüber schon über die Termine und Preise Bescheid? Eine Checkliste für das erste Telefonat finden Sie im Anhang.

Es ist gut, wenn am Ende des Gesprächs ein Termin gemacht wird. Sagen Sie jetzt, ob Sie Ihr Honorar in bar erhalten wollen. Sie können hören, ob jemand zögert und Zeit braucht. Dann geben Sie freundlich den Rat, sich die Bedingungen in Ruhe auf ihrer Website anzuschauen, alles gut zu überlegen und wieder anzurufen.

Auch in Ihrer Praxis, bei Beratung und Coaching, steuern Sie die Kommunikation und nehmen KlientInnen die Unsicherheit, indem Sie von sich aus klare Auskünfte über den Ablauf geben.

Bei therapeutischen Behandlungen ist jetzt der richtige Zeitpunkt für gegenseitige Informationen zur Krankenversicherung, deren Erstattungspraxis, ggf. für einen Behandlungsvertrag (s.u.).



Nach der Einzelstunde nehmen Sie schließlich Ihr Honorar entgegen und schlagen einen oder mehrere Termine vor – immer mit dem ausdrücklichen Hinweis, dass und wie diese Termine kostenfrei abgesagt werden können. So fühlt sich niemand bedrängt.

Danach nehmen Sie sich Zeit für Notizen über Inhalt und Ablauf der Sitzung als Stütze für Ihr Gedächtnis.

Heilkundliche TherapeutInnen haben eine Dokumentationspflicht (§ 630 f BGB).

6.4. Kleine Vertragskunde für TrainerInnen und BeraterInnen

Grundsätzlich: Verträge müssen nicht schriftlich verfasst werden um zu gelten. Natürlich ist ein Schriftstück sehr empfehlenswert als Gedächtnisstütze und Beweis. Es gibt Ausnahmen, z.B. Verträge mit abhängig Beschäftigten. Diese brauchen immer die Schriftform.

6.4.1. AGB

sind Bestimmungen allgemeiner Art, die einen Vertrag ergänzen. Das sind z.B. Regeln über Zahlungspflicht bei versäumten Stunden, Umgang mit Verspätung, Nachholung in anderen Kursen und dergleichen mehr.

6.4.2. Verträge mit Ihren KundInnen

Wenn Sie sich jetzt eine Vorlage erhoffen, muss ich Sie enttäuschen. Jeder Fall liegt anders. Wenn Sie die Grundsätze kennen, können Sie Ihre Verträge leicht selber schreiben. Ein Vertrag enthält die Rechte und Pflichten beider Vertragsparteien, also Ihre und die Ihrer TeilnehmerInnen (TN) und KundInnen. Verträge sollen einfach, einleuchtend und leicht verständlich sein.

6.4.2.1. Rechte und Pflichten der KundInnen und TN:

- Woran können sie teilnehmen, was bekommen sie, dürfen sie ausgefallene Stunden nachholen usw.?
- Wann ist wie viel Geld in welcher Weise zu zahlen?
- Absagen, Kündigungs- und Rücktrittsregelungen

Ihre Pflicht als AnbieterIn ist es, die versprochene Leistung zu erbringen.

Eine weitere ergibt sich aus dem Fernabsatzgesetz (§§ 312 c-h BGB). Das verlangt für Verträge, die per Telefon, Fax oder das Internet angebahnt werden können, eine Veröffentlichung des Vertragsinhalts inklusive der Preise und der AGB auf den Webseiten.



6.4.2.2. Widerrufsrecht

Das Fernabsatzgesetz regelt auch ein vierzehntägiges Widerrufsrecht für die VerbraucherInnen. Das gilt nach § 312g Nr. 9 BGB jedoch nicht für Leistungen zu festen Terminen, die Freizeitgestaltung zum Inhalt haben. Damit sind Ihre Kursangebote von diesem Widerrufsrecht nicht betroffen! Sie müssen auf Ihrer Website immer über das Widerrufsrecht informieren – über das, das besteht und auch über das, das es ausnahmsweise nicht gibt.

Die Widerrufsregeln gelten nur für Verträge mit „Verbrauchern“ (Definition in § 13 BGB). Wenn ein Unternehmen bei Ihnen eine Fortbildung für MitarbeiterInnen bucht, oder wenn selbständige UnternehmerInnen sich bei Ihnen beruflich bilden, besteht das Widerrufsrecht nicht.

6.4.2.3. Behandlungsverträge bei Heilbehandlungen

Es ist ratsam, mit PatientInnen, die privat versichert und/oder beihilfeberechtigt sind, vor der Behandlung einen Behandlungsvertrag abzuschließen, in dem Sie klarstellen, dass Ihr Honorar unabhängig von einer Erstattung in voller Höhe gezahlt werden muss (s. Anhang).

6.4.3. Verträge mit Bildungsträgern und Seminarveranstaltern

Die Verträge von großen Trägern sind oft sehr lang. Lesen Sie sie dennoch und streichen, was Ihnen nicht passt. Es gibt immer Verhandlungsspielräume.

Wenn Sie Abmachungen mit kleinen Veranstaltern treffen, fassen Sie direkt nach dem Gespräch die Abmachungen selbst in einem Angebot zusammen mit folgendem Inhalt:

- Ihre Leistung (z.B. ein Seminar von 2 Tagen mit Datum, Uhrzeit und Angaben von Unterrichtsstunden)
- Ihre Forderung: Honorar (ggf. mit USt), Fahrtkosten, Unterbringung, Verpflegung
- Größe und Ausstattung der Räume
- TN-Anzahl, mindestens und höchstens
- Absagefrist



7. Ein Lob der Vielfalt und Vielseitigkeit

7.1. Allein oder mit anderen?

Wollen Sie sich allein durchschlagen oder mit anderen zusammenarbeiten?

Eine Gruppe von Menschen, die mit gleichen oder ähnlichen Ausbildungen und Kenntnissen etwas anbieten, zieht mehr Aufmerksamkeit und Interesse auf sich, als ein kleines Einzelunternehmen. Wenn Sie sich zusammenschließen, haben alle den Vorteil, sich gegenseitig vertreten und miteinander austauschen zu können. Zu zweit, zu dritt profitieren Sie von Ihren unterschiedlichen Wesensarten, Begabungen und Beziehungsgeflechten. Sie wirken anziehend auf ganz verschiedene Gruppen von Menschen, können Angebote in viele Richtungen machen und eine steigende Nachfrage eher befriedigen, als wenn Sie allein sind. Allerdings sollten Sie sich miteinander verstehen und Kräfte und Enttäuschungen aushalten können wie in jeder Partnerschaft. Das kann wirklich hart sein. Dennoch – ich möchte Sie ermutigen, es zu versuchen.

Falls Sie Menschen kennen, mit denen Sie eine Kooperation wagen möchten, fragen Sie sie jetzt, ob Sie mit Ihnen zusammen das folgende Kapitel durchdringen wollen. Es ist kurz, gibt aber viel Gesprächsstoff, wenn Sie sich für Fragen und Ideen Zeit und Raum nehmen.

7.2. Die Rechtsform

7.2.1. Einzelunternehmen

Wenn Sie allein arbeiten, als freie Referentin für andere Träger tätig sind und/oder eigene Angebote machen, ist Ihre Rechtsform das Einzelunternehmen. Sie müssen für alle Geschäftsschulden mit Ihrem gesamten Privatvermögen haften.

7.2.2. Die Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR)

Wer sich mit anderen zusammenschließt, wird wahrscheinlich die GbR als Rechtsform wählen. Die GbR heißt so, weil sie im Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB) geregelt ist. Sie ist kostenfrei zu gründen, wird nirgends eingetragen und ist unkompliziert wieder aufzulösen. Es gibt mehrere Varianten:

7.2.2.1. Die Berufsausübungsgemeinschaft

wird oft als Gemeinschaftspraxis oder Gemeinschaftsbüro bezeichnet. Dieser Zusammenschluss ist auf das gesamte Vorhaben gerichtet. Kosten und Einnahmen, Gewinn oder Verlust werden unter den GesellschafterInnen verteilt, dabei ist jede Art von Verteilungsschlüssel möglich. Man kann berücksichtigen, dass die einen mehr, die anderen weniger Zeit für die Arbeit haben. Die Gründung ist



einfach, sollte aber als komplexer Prozess begriffen werden, der Zeit braucht. Dabei ist eine begleitende Beratung angebracht, um die Wünsche und Erwartungen aller TeilnehmerInnen zu erkennen und angemessen in einem schriftlichen Vertrag niederzulegen.

In einer GbR haftet jede GesellschafterIn für die gemeinsamen Geschäftsschulden solidarisch in voller Höhe. Das klingt schlimmer als es ist. Als BeraterInnen und EntspannungspädagogInnen werden Sie in der Regel wenig mehr als die Miete und Kosten für die Werbung als Schulden zu tragen haben. Doch es könnte auch einen Schadensersatzfall geben, wenn eine Gesellschafterin der Streupflicht bei Glätteis nicht nachkommt. Dagegen helfen aber Haftpflichtversicherungen.

7.2.2.2. Die Nutzungsgemeinschaft

Wegen des Haftungsrisikos könnte Ihre Wahl auf eine kleinere Variante der GbR fallen, die Praxis- oder Bürogemeinschaft. Das ist eine Gesellschaft, deren Zweck auf die gemeinsamen Nutzung von Räumen oder Geräten, Personal, Werbung usw. beschränkt ist. Jede betreibt in den Räumen ihr eigenes Geschäft. Solidarisch gehaftet wird nur für den Teil, den die GesellschafterInnen gemeinsam haben, also z.B. für die Kosten der Miete oder der Werbung. Auch für diese kleinere GbR ist ein wohl überlegter schriftlicher Gesellschaftsvertrag von großem Vorteil.

Bei beiden Varianten sollte der Gesellschaftsvertrag immer auch eine gütliche baldige oder spätere Trennung ermöglichen.

7.2.3. Die GmbH,

die Unternehmersgesellschaft (UG) haftungsbeschränkt oder die Partnerschaftsgesellschaft sind für kleine Zusammenschlüsse im Gesundheitsbereich oder therapeutische Praxen überdimensioniert und daher unüblich. Diese Rechtsformen werden hier nicht weiter behandelt.





BVEP

Berufsverband für
Entspannungspädagogen e.V.

8. Die Sozialversicherung und andere Versicherungen

Bevor Sie lernen, die Kosten und die Einnahmen zu kalkulieren, sollten Sie wissen, in welcher Weise Sie bei haupt- und nebenberuflicher Tätigkeit mit der Sozialversicherung und anderen Versicherungen zu tun haben werden:

Die Sozialversicherung hat vier Säulen:

- Die Deutsche Rentenversicherung (DRV),
- Die gesetzliche Krankenversicherung (GKV) mit der Pflegeversicherung (PV)
- Die Arbeitslosenversicherung (AV)
- Die Berufsgenossenschaft (BG), die staatliche Unfallversicherung

Bei abhängiger Beschäftigung werden die Versicherungsbeiträge nach verschiedenen Schlüsseln zwischen Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseite aufgeteilt. Selbständige tragen ihre Versicherungskosten in voller Höhe selbst.





8.1. Pflichtversicherung in der DRV

Grundsätzlich sind nur Angestellte bei der DRV pflichtversichert. Es gibt jedoch gesetzlich geregelte Ausnahmen. § 2 SGB 6 bezieht einige Berufsgruppen Selbständiger in die Rentenversicherungspflicht mit ein.

Laden Sie den § 2 SGB 6 aus dem Internet herunter und lesen ihn! Hier ist ein Teil des Wortlauts, soweit Sie ihn unbedingt kennen müssen:

§ 2 *Selbständig Tätige*

Versicherungspflichtig sind selbständig tätige

- 1. Lehrer und Erzieher, die im Zusammenhang mit ihrer selbständigen Tätigkeit regelmäßig keinen versicherungspflichtigen Arbeitnehmer beschäftigen,*
- 2. Pflegepersonen, die in der Kranken-, Wochen-, Säuglings- oder Kinderpflege tätig sind und im Zusammenhang mit ihrer selbständigen Tätigkeit regelmäßig keinen versicherungspflichtigen Arbeitnehmer beschäftigen,*
- 3. Hebammen und Entbindungspfleger,.....*
- 9. Personen, die*
 - a) im Zusammenhang mit ihrer selbstständigen Tätigkeit regelmäßig keinen versicherungspflichtigen Arbeitnehmer beschäftigen und*
 - b) auf Dauer und im Wesentlichen nur für einen Auftraggeber tätig sind; bei Gesellschaftern gelten als Auftraggeber die Auftraggeber der Gesellschaft.*

1) Wer Unterricht erteilt, d.h. Kurse gibt, in denen Wissen in organisierter Form vermittelt wird, ist „Lehrer“. Demnach sind Sie mit Ihrer Tätigkeit als KursleiterIn rentenversicherungspflichtig. Die DRV rechnet auch Coaching und Supervision zum Unterricht, aber nicht durchgängig. Das muss nicht korrekt sein. Ein Gerichtsurteil gibt es meines Wissens hierzu noch nicht.

2) Zu den „Pflegepersonen“ werden auch Physio-, Ergo- und andere TherapeutInnen gezählt, soweit sie überwiegend auf ärztliche Verordnung arbeiten. Angehörige medizinischer Berufe, die nicht Rezepte abarbeiten, aber selber eine Diagnose stellen – wie HP - gehören nicht dazu.

9) Selbständige, die nur einen Auftraggeber haben, ohne scheinselfständig (s.o.6.1.) zu sein, sind in Ihrem Beruf eher selten. Diese Gruppe wird auch „arbeitnehmerähnliche Selbständige“ genannt. Es gibt Befreiungsmöglichkeiten, fragen Sie die DRV!



8.1.1. Ausnahmen

Es gibt drei Ausnahmen von der Rentenversicherungspflicht für Lehrende und Pflegepersonen:

- 1-2) Die geringfügige und die kurzfristige selbständige Tätigkeit. Das ergibt sich aus § 5 Abs. 2 Nr. 2 SGB 6 in Verbindung mit § 8 Abs. 3 SGB 4. Diese Vorschriften sind schwer verständlich. Hier wird nur das Allernötigste wiedergegeben.

Geringfügig ist Ihre Arbeit, wenn Sie als Selbständige/r im Monatsdurchschnitt weniger als 450 € Gewinn erzielen. Unter 5.400 € Gewinn im Jahr sind Sie mit dem Unterricht nicht rentenversicherungspflichtig. Eine gute Ablage und ein nachvollziehbarer Jahresabschluss sollten dies belegen. Sie müssen Ihren Gewinn mit dem Einkommensteuerbescheid nachweisen.

Kurzfristig ist eine geringfügige Beschäftigung, wenn (§ 8 Abs. 1 Nr. 2 SGB 4) „die Beschäftigung innerhalb eines Kalenderjahres auf längstens drei Monate oder 70 Arbeitstage nach ihrer Eigenart begrenzt zu sein pflegt oder im Voraus vertraglich begrenzt ist, es sei denn, dass die Beschäftigung berufsmäßig ausgeübt wird und ihr Entgelt 450 Euro im Monat übersteigt.“

Das ist insgesamt schwer zu erfüllen. Eine nicht „berufsmäßige“ Ausübung muss für Sie wirtschaftlich unbedeutend sein.

- 3) Die Anstellung einer abhängig beschäftigten Person

Wenn Sie mit dem Jahresgewinn aus Ihrer Unterrichts- oder „Pflegetätigkeit“ über 5.400 € im Jahr liegen und nicht in die DRV einzahlen wollen, können Sie auch jemanden anstellen.

Sie bleiben rentenversicherungsfrei, wenn die angestellte Person mehr als 450 € (brutto) monatliches Entgelt bekommt. Zwei Minijobber, die zusammen den Betrag überschreiten, werden akzeptiert. Sie können auch PartnerInnen und Verwandte anstellen. All das ist durchzurechnen und kann sich lohnen.

- 4) Mischttätigkeit

Diese Ausnahme ergibt sich nicht aus gesetzlichen Vorschriften, sondern ist eine Praxis der DRV. Wenn Selbständige nicht nur lehrend, sondern auch anderweitig ohne RV-Pflicht tätig sind – z.B. als HP - und ein organisatorischer Zusammenhang mit der Lehrtätigkeit besteht, prüft die DRV, welcher Aufgabenbereich „der Gesamttätigkeit das Gepräge“ gibt. Wenn der Unterricht Ihre Unternehmung prägt, sind Sie insoweit versicherungspflichtig. Macht hingegen die Heilpraxis den Schwerpunkt aus, so tritt die Versicherungspflicht auch dann nicht ein, wenn Sie mit dem Unterricht mehr als 5400 € Jahresgewinn machen.



8.1.2. Haupt- und Nebenberuf

Sie meinen, diese Versicherungspflicht ginge Sie nichts an, weil Sie schon in Ihrem Hauptberuf einen Beitrag zur DRV leisten? Das spielt keine Rolle! Sie müssen für jede Ihrer versicherungspflichtigen Tätigkeiten einen gesonderten Beitrag zahlen.

8.1.3. Anmeldung

Sie müssen sich binnen drei Monaten nach Aufnahme der selbständigen Tätigkeit bei der DRV melden. Was passiert, wenn Sie das nicht tun? §§ 320, 90 a SGB VI sehen ein Bußgeld vor, wenn Sie beim Versäumen der Anmeldung „vorsätzlich oder leichtfertig“ handeln.

8.1.4. Freiwillige Rentenversicherung

Bevor Sie überlegen, wie Sie der Rentenversicherung entgehen können, lassen Sie sich beraten, ob das in Ihrem Falle eine Torheit wäre. Wenn Sie nicht versicherungspflichtig sind, könnten Sie über eine freiwillige Versicherung nachdenken. Der Mindestbeitrag beträgt derzeit 83,70 € im Monat. Jede Gemeinde hat eine Rentenberatung der DRV vor Ort. Es gibt auch freie BeraterInnen und die Verbraucherzentralen, deren Arbeit zwar etwas kostet, die dafür aber unabhängig sind.

8.1.5. Die Beitragshöhe

Wenn Sie einen höheren Gewinn als 450 € pro Monat mit Ihrer Unterrichtstätigkeit oder als „Pflegerperson“ (s.o. 8.1.) erwirtschaften, gibt es drei Varianten, unter denen Sie wählen können:

1. Der Regelbeitrag beträgt unabhängig vom Einkommen im Jahr 2021 pro Monat 611,94 € West / 579,40 Ost
2. In den ersten drei Jahren können Selbständige die Zahlung des halben Regelbeitrages beantragen.
3. Zu Beginn sind die einkommensgerechten Beiträge (§ 165 SGB 6) fast immer am günstigsten – nur auf Antrag! Derzeit müssen vom Gewinn der versicherungspflichtigen Tätigkeit (z.B. Unterricht) 18,6 % an die DRV abgeführt werden, mindestens aber 83,70 € im Monat.

Man kann ausrechnen, welche Beitragsart am besten passt. Ein Wechsel in einen anderen Modus ist zum Jahresbeginn möglich.



8.2. Die Gesetzliche Krankenversicherung (GKV) mit Pflegeversicherung (PV)

In Deutschland ist es eine Pflicht, entweder privat oder in der GKV krankenversichert zu sein. Anders als die Beiträge zur DRV müssen Krankenversicherungsbeiträge nur einmal bezahlt werden, entweder als Angestellte/r oder als Selbständige/r. Überwiegt der Gewinn aus selbständiger Tätigkeit das Brutto der abhängigen Beschäftigung um 20 %, zahlen Sie als Selbständige/r GKV/PV- Beiträge für alle Ihre Einkommensquellen wie Miete, Kapitalerträge und die abhängige Beschäftigung.

Für hauptberuflich Selbständige ist die GKV 2019 deutlich günstiger. Der Eingangsbeitrag inklusive PV wird 2021 auf einen monatlichen Gewinn von 1.096,67 € bezogen, der monatliche Mindestbeitrag zur gesetzlichen Krankenversicherung plus PV beträgt damit ca. 200 Euro. Die meisten anderen Ausnahmetarife fallen weg. Eine zusätzliche Krankentagegeldversicherung ab der 3. Woche ist für Selbständige zu empfehlen. Ihre GKV vermittelt Ihnen eine Versicherungsgesellschaft.

Wenn Sie verheiratet oder verpartnert sind, sind Sie bei Ihren Ehe- und LebenspartnerInnen in der Familienversicherung mitversichert, solange Sie nebenbei im Monatsdurchschnitt nicht mehr als 470 € Gewinn in höchstens 18 Wochenstunden erwirtschaften. Ein zusätzlicher Minijob kann zur Versicherungspflicht führen.

Es gibt noch andere Ausnahmen. Fragen Sie bitte Ihre GKV.

8.3. Berufsgenossenschaft (BG)

Die staatlichen Unfallversicherungen für verschiedene Berufsgruppen heißen Berufsgenossenschaften. Die BG ist eine Pflichtversicherung für alle abhängig Beschäftigten.

- a) Daher müssen sich Selbständige mit Aufnahme ihrer Tätigkeit bei der zuständigen BG melden, um der BG Gelegenheit zu geben, alljährlich zu erfragen, ob Sie jemanden abhängig beschäftigen (s.u.8.6.). Das hat noch nichts mit Ihrer eigenen Unfallversicherung zu tun!
- b) Ihre eigene Unfallversicherung bei einer BG

In der BGW sind alle pflichtversichert, die selbständig im Gesundheitswesen tätig sind (§ 2 Abs. 1 Nr. 9 SGB 7). Ausgenommen sind jedoch Berufe, die selbst Diagnosen stellen, wie ÄrztInnen und HP (§ 4 SGB 7 Abs. 1 Nr.3).

Und Sie als EntspannungspädagogInnen? PädagogInnen zählen nicht zu den Gesundheitsberufen, auch wenn Sie etwas unterrichten, das die Gesundheit fördert. Wenn Sie eine gute Unfallversicherung wünschen, können Sie freiwillig einer BG beitreten. Ich rate dazu, denn die BG bietet viel für wenig Geld. Der Beitrag zählt bei Selbständigen zu den Betriebskosten. Er liegt für Sie bei 100 bis 150 € im Jahr, je nach Risiko. Für Trainerinnen und Berater ist die VBG zuständig.



8.4. Arbeitslosenversicherung (AV)

Hauptberuflich Selbständige können sich über die Agentur für Arbeit gegen Arbeitslosigkeit versichern, wenn sie vor der Selbständigkeit in den letzten 2 Jahren 12 Monate lang in die AV eingezahlt haben. Während des Aufbaus einer Praxis kann das sehr beruhigend sein. Einzelheiten erfahren Sie über die Agentur für Arbeit.

8.5. Private Versicherungen

Berufs- oder Betriebshaftpflichtversicherung

Diese Versicherungen unterscheiden sich überwiegend in der Größenordnung. Von Berufshaftpflicht spricht man, wenn von der Berufsausübung selbst Gefahren ausgehen, von Betriebshaftpflicht, wenn eher der Betrieb mit mehreren Personen ein Gefährdungspotential darstellt. Wenn Sie anderen Menschen im Zusammenhang mit Ihrem Beruf als EntspannungspädagogIn oder Coach fahrlässig einen Schaden zufügen, tritt diese Versicherung für Sie ein. Ihre Privathaftpflichtversicherung kommt für beruflich verursachte Schäden nicht auf.

Eine Haftpflichtversicherung für Ihre selbständige Berufstätigkeit sollten Sie unbedingt haben. Ihr Berufsverband vermittelt ein günstiges Angebot.

Hausrat- oder Betriebsinhaltsversicherung

Man kann gemietete oder eigene Räume mit Einrichtung gegen Naturereignisse und Einbruchsdiebstahl versichern. Ob Sie das brauchen, hängt von vielen Faktoren ab, u.a. vom Wert der Sachen und Ihrer Lebenseinstellung. Vergleichen Sie die Preise mit Ihren Befürchtungen.

Berufsunfähigkeitsversicherungen

kosten viel Geld. Lassen Sie sich beraten, prüfen Sie auf alle Fälle mehrere Angebote

Auf der nächsten Seite finden Sie alle Anmeldungen auf einen Blick...



8.6. Alle Anmeldungen auf einen Blick

	Gewerbe	Freier Beruf
Anmeldung	Gewerbeamt, Gewerbeschein	Finanzamt (FA), u. medizinische Fachberufe beim Gesundheitsamt
Mitteilung von Amts wegen	an Gewerbeaufsicht, FA, IHK u.a.	
Zwangsmitgliedschaft	IHK	
Steuern	Gewerbsteuer ab 24.500 € Gewerbeertrag Einkommensteuer Umsatzsteuer	Einkommensteuer Umsatzsteuer
DRV	Mit Aufnahme einer versicherungspflichtigen Tätigkeit (z.B. Unterricht)	
BG – für Sie www.bgw-online.de www.vbg.de oder	1. Meldung als Unternehmen 2. Meldung als pflichtversicherte Person (BGW, s.o.8.3.) 3. Auf Wunsch Abschluss einer freiwilligen Unfallversicherung (VBG)	



9. Es geht ums Geld 2. Teil

Jetzt ist die Zeit gekommen, Ihr bisheriges Wissen in einer weiteren Finanzplanung anzuwenden. Nachdem wir oben (3.) den Zeitraum vor der Eröffnung betrachtet und den Kapitalbedarf errechnet haben, nehmen wir jetzt die Zeit nach der Eröffnung in den Blick.

9.1. Betriebskosten und Entnahme

Die Kosten Ihres künftigen Betriebes lassen sich vorab gut kalkulieren, die Einnahmen weniger. Daher werden Sie jetzt ausrechnen, was der Betrieb Ihrer Praxis kosten könnte. Als Maßeinheit nehmen wir den Zeitraum von 12 Monaten. Wenn Sie die wahrscheinlichen Betriebskosten kennen und hinzurechnen, wie viel Sie gern als Gewinn entnehmen möchten, wissen Sie, wie hoch Ihre Einnahmen sein müssen.

Entnahme nennen wir den Betrag, den Sie aus Ihrem Unternehmen entnehmen wollen. Später behalten Sie das Geld als Gewinn, das übrig bleibt, wenn Sie Ihre Einnahmen und Ihre Kosten einander gegenüberstellen. Jetzt, zu Beginn Ihrer Planung, dürfen Sie einen Wunsch äußern: Wie viel Geld möchten Sie gern im Monat, im Jahr für sich behalten? Dieser Betrag wird hier den Kosten zugerechnet, denn die Kosten sollen Ihnen sagen, wie viel Geld Sie einnehmen müssen. Deshalb gehört Ihr Entnahmewunsch in diese Planung hinein.

Auf der nächsten Seite finden Sie eine Checkliste, mit der Sie sich den Kosten annähern können. Füllen Sie nur die Spalten aus, die für Sie zutreffen. Wenn Sie keine Mietkosten haben, weil Sie entweder ausschließlich als Referentin unterwegs sind oder ihre Kurse im eigenen Haus anbieten, bleibt die Spalte frei.

...

Wozu diese ganze Arbeit ?

Bevor Sie losgehen und Räume mieten oder Ihre Scheune ausbauen, sollten Sie diese kurze Berechnung anstellen.

Denn wenn Sie die ungefähren Betriebskosten kennen, können Sie leicht ermessen, wie viele Stunden Gruppen- und Einzelarbeit Sie geben müssen, um die Gesamtkosten zu erwirtschaften. Somit können Sie auch abschätzen, ob Sie über die erforderliche Menge an Zeit verfügen. Wenn das alles nicht hinkommt - sind Sie in der Lage und bereit, über einige Zeit einen Verlustbetrieb zu tragen? Die Antwort auf diese Frage hängt von Ihrer gesamten Lebenssituation ab.



Kosten für	1 Jahr (12 Monate)
Miete	
Nebenkosten/Energie	
Telefon/Fax/Internet	
Porto/Büromaterial	
Fortbildungen	
betrieblich bedingte Versicherungen (nicht Renten- oder Krankenversicherung!)	
Beiträge (Berufsverband, BG u. Ä.)	
KFZ/Reisekosten	
Beratung (Steuer, Supervision usw.)	
laufende Werbung	
Bücher, Zeitschriften, Software	
Reparaturen, kleine Ersatzbeschaffungen	
Sonstiges (Blumen, Bewirtung, Rundfunkgebühren, Reinigung, Waschen u.ä.)	
Zwischensumme	
plus 10% für Unvorhergesehenes	
Abschreibung = Wertverlust von Sachen, pauschal 20 % der Investitionskosten für Sachen und Renovierung	
Tilgung und Zinsen von Darlehen (steuerlich sind nur Zinsen Betriebskosten)	
Summe Betriebskosten	
plus Eigenentnahme = die Summe, die Sie für sich als Gewinn entnehmen wollen, um u.a. Steuern und Sozialversicherung zu bezahlen	
Betriebskosten + Entnahme = GESAMTKOSTEN	



9.2. Der Faktor Zeit

Jetzt wenden wir uns der Zeit zu, die Sie für Ihre neue Unternehmung pro Woche zur Verfügung haben. Wenn Sie hauptberuflich tätig sein wollen, gibt es nur das Limit, das Sie sich setzen – z.B. 50 Stunden pro Woche. Wenn Sie aber eine Anstellung und/oder eine Familie haben und nebenberuflich arbeiten wollen, stellt sich folgende Frage: Wie viele Stunden will und kann ich für den Nebenberuf pro Woche insgesamt aufwenden?

Hier sind nicht nur die Seminar- und Beratungsstunden gemeint, sondern alles, was Sie für ihren Betrieb tun müssen. Denn die unternehmerische Tätigkeit, vom Lesen der Emails, dem Abheften der Belege bis zum Marketing im weitesten Sinne macht mindestens 60 % der Gesamtzeit aus. Folglich bleiben höchstens 40 % für die bezahlte Arbeit übrig.

Beispiel: Sie haben eine 1/2 Stelle als Reisekauffrau und trauen sich zu, nebenberuflich insgesamt 20 Stunden für die Nebentätigkeit in der Entspannungs- und Beratungspraxis einzuplanen. 40 % von 20 sind 8 Stunden, die Sie von der Kundschaft bezahlt bekommen können. Rechnen Sie mit mir weiter: 8 Stunden pro Woche macht ca. 32 Stunden im Monat, und in 10 Monaten im Jahr (mehr schaffen sie nicht!) 320 Stunden. Mit welchen Einnahmen pro Stunde Gruppen- oder Einzelarbeit wollen Sie zu Anfang rechnen? Nehmen wir 60 € als Mittelwert. Dann hätten Sie 19.200 € Umsatz (Umsatz = Einnahmen) im Jahr.

Doch zu Beginn müssen Sie sicher Abstriche machen, weil Sie nicht aus dem Stand ausgebucht sein werden. Im ersten Jahr ist eher mit der Hälfte zu rechnen, also 9.600. Nun vergleichen Sie diesen Betrag bitte mit Ihrer Berechnung der Kosten pro Jahr. Kommt das hin? Wird der Umsatz die Gesamtkosten erreichen? Wenn nicht, müssen Sie Abstriche bei Ihrer Gewinnerwartung machen. Die große Unbekannte in dieser Rechnung ist die Nachfrage nach Ihrer Arbeit. Außerdem ist das Preisniveau je nach Region sehr unterschiedlich. Was die Menschen im Raum Frankfurt ohne weiteres bezahlen, ist in Herne, Zweibrücken oder Zittau viel zu viel.

9.3. Honorare und Preise

Es gibt zwei Varianten Ihrer Tätigkeit:

Sie treten als ReferentIn im Auftrag einer Einrichtung auf oder organisieren selbst Ihre Kurse, Seminare oder Einzelberatungen.

9.3.1. Referentin für Institutionen

Wenn Sie Ihre Leistungen Volkshochschulen, Sportvereinen oder Fitnessstudios anbieten, haben Sie meistens keinen oder wenig Verhandlungsspielraum, wenn es um Ihr Honorar geht. Für den Fall, dass Sie sich als sehr erfolgreich erweisen – Ihre Kurse sind immer ausgebucht, Sie bekommen allerbeste Bewertungen u.ä. – lassen die Einrichtungen sich auf Honorarerhöhungen ein, um



Sie zu halten. Das setzt voraus, dass Sie nicht auf deren Angebot warten, sondern selbstbewusst danach fragen.

Beachten Sie, dass Sie Einfluss auf die vertragliche Grundlage Ihrer Tätigkeit nehmen können (s.o.6.4.3.) und immer eine Rechnung schreiben sollten (s.u.9.3.3.).

9.3.2. Selbst organisierte Tätigkeit

Ihre Preise werden sich nach der Zielgruppe richten, nach Lage und Ausstattung der Praxis, Ihrem Bekanntheitsgrad und manchem mehr. Wer neu auf dem Markt ist, kann zu Beginn mit niedrigeren „Einführungspreisen“ werben, um diese dann zu erhöhen, wenn das Geschäft gut läuft.

Schauen Sie sich oben noch einmal das Kapitel über Marketing und speziell das über die Zielgruppen an. Auch bei Gruppenangeboten schauen die Leute auf den Preis und vergleichen ihn. Für Sie sind beständig laufende Gruppen eine angenehme und sichere Einnahmequelle. Lassen Sie sich etwas einfallen, damit die Leute dabei bleiben, den Kurs weiterempfehlen und mit FreundInnen wiederkommen, wenn der Zyklus vorbei ist.

9.3.2.1. Die Zahlungsweise

Wollen Sie sich jeden Termin – Gruppen oder Beratung – einzeln in bar bezahlen lassen?

Schreiben Sie Rechnungen und warten auf die Überweisung?

Verlangen Sie Vorauszahlung für Kurse?

Egal, wie Sie es machen – Sie müssen die Zahlungsweise klar und deutlich zum Ausdruck bringen – auf der Homepage, am Telefon, in den AGB.

9.3.2.2. Schnupperstunde und Vorgespräch

Es ist in Ordnung, wenn die erste Gruppenteilnahme, die eine Entscheidung ermöglichen soll, ein paar Euro weniger kostet oder wenn ein Informationsgespräch, in dem Sie zunächst gegenseitige Erwartungen klären, kostenlos ist. Nehmen Sie aber immer Geld für eine Leistung. Das erspart Ihnen Enttäuschungen, wenn Sie meinen, viel gegeben zu haben und die Kundin, der Kunde danach nicht wiederkommt.



9.3.2.3. Barzahlung

Eindeutige Vorteile:

- Kein Warten auf das Geld
- Rechnungen zu schreiben ist zeitlich aufwendig. Zur Vereinfachung können Sie nach mehreren Terminen eine Gesamtrechnung ausstellen mit dem Vermerk „Betrag in bar erhalten“.
- Es gibt KlientInnen, die ihre Rechnungen nicht bezahlen. Wenn Sie Bargeld nehmen, haben Sie einen direkten Austausch Leistung gegen Geld.

Andererseits müssen Sie bei Kursen immer einen Quittungsblock oder eine Liste und Wechselgeld dabei haben. Belege, die Sie selber fertigen, wie z.B. Listen, heißen Eigenbelege.

9.3.2.4. Banküberweisung

Es ist rechtlich nicht erforderlich, dass Sie ein Geschäftskonto haben, aber es ist praktisch. Solange Ihre nebenberufliche Selbständigkeit noch klein ist, können Sie geschäftliche Überweisungen auch über Ihr Privatkonto laufen lassen, falls Ihre Bank nicht murt. Machen Sie die Geschäftsvorfälle kenntlich, damit Sie nicht lange suchen müssen. Die Auszüge sind 10 Jahre lang aufzubewahren.

Die Bankauszüge reichen als Beleg für Ihre Steuererklärung nicht aus. Jeder Zahlungseingang oder -ausgang muss durch eine Rechnung, eine Quittung oder einen Eigenbeleg nachgewiesen werden.

9.3.3. Die korrekte Rechnung oder Quittung

Manche Ihrer KundInnen können Kursgebühren oder Zahlungen für Coaching steuerlich geltend machen, andere wollen eine Erstattung bei der PKV erreichen. Ihre Rechnungen müssen den Anforderungen der Finanzämter, der Krankenkassen und Beihilfestellen genügen. Die Vorgaben des FA sind hier aufgezählt, eine Musterrechnung finden Sie im Anhang. Als TherapeutIn müssen Sie die Gebührenordnungen und -verzeichnisse (im Internet zu finden) und Versicherungspraktiken kennen.

Rechnungen und Quittungen werden rechtlich gleich behandelt, das Folgende gilt also für beide.



Für Kleinbetragsrechnungen mit einem Gesamtbetrag von maximal 250 € gelten folgende Mindestangaben (§ 14 UStG und §§ 31-33 UStDV):

1. Name und Anschrift des leistenden Unternehmens – also Ihr Stempel oder Briefkopf
2. Menge und Art der Leistung – z.B.: „zwei Std. berufsbezogenes Coaching“
3. Das Ausstellungsdatum der Rechnung
4. Der Gesamtbetrag
5. Der angewendete USt-Satz oder der Hinweis auf eine USt-Befreiung (z.B.: umsatzsteuerfrei nach § 19 UStG)

Rechnungen oder Quittungen, deren Bruttobetrag 250 Euro übersteigt, müssen enthalten (§ 14 UStG und § 31 UStDV):

1. Name und Anschrift des leistenden Unternehmens und der KundInnen
2. Datum der Leistung und der Rechnung
3. Menge und Art der Leistung
4. Auf die Nettobeträge anzuwendende USt-Sätze (z.B. 19 %, 7 %, 0%), nach USt-Sätzen aufgeschlüsselte Nettobeträge, die darauf entfallenden USt-Beträge, die jeweiligen Bruttobeträge und der Gesamtrechnungsbetrag
5. Ein Hinweis auf den Grund der Umsatzsteuerbefreiung (z.B.: „Der Rechnungsbetrag ist umsatzsteuerfrei nach § 4 Nr. 14a UStG“ für Gesundheitsberufe oder § 19 UStG für Kleinunternehmen).
6. Die vom Finanzamt erteilte Steuernummer oder die USt-IDNummer
7. Fortlaufende, unverwechselbare Rechnungsnummer.

Wenn Sie von einer VHS oder einem Verein eine Abrechnung über Ihr Honorar erhalten, ist das selten ein korrekter Beleg, da nicht alle Pflichtangaben enthalten sind. Schreiben Sie immer auch eine einwandfreie Rechnung!



10. Die Verwaltung Ihres Unternehmens

10.1. Büroorganisation, Ablage

Sie brauchen in Ihrer Praxis oder zu Hause ein Büro, um Ihre Arbeit zu verwalten. Dazu gehören außer dem höchst wichtigen

- Locher
- Telefon, PC mit Drucker/Kopierer
- Stempel, Briefpapier, Hefter
- Kalender mit Jahres- Wochen- und Monatsübersicht
- Hängeordner für Terminverwaltung
- Mit Jahreszahlen beschriftete Ordner für:
 - alle Belege über Einnahmen,
 - auch handschriftliche Teilnahmelisten mit Vermerken über Zahlungen
 - alle Belege über Ausgaben (Kosten)
- Bankbelege
- eine Zwischenablage für unabgeschlossene Vorgänge (z.B. Bestellungen, noch nicht bezahlte Rechnungen)
- Vorlagen, Entwürfe, Werbung, die ihnen gefällt usw.
- KundInnendatei mit allen Daten, Notizen und evtl. Dokumentationen nach Jahrgängen und/oder Namen sortiert
- wesentliche Korrespondenz, soweit sie in Papierform erfolgt
- Planung für Gruppen, Seminare, Kurse
- Angebote, Verträge
- Fachzeitschriften

Für Sie ist wichtig, dass Sie Ihre Belege schnell finden können. Das FA oder die Sozialversicherungen können Prüfungen vornehmen. Eine wohlgeordnete Ablage macht immer einen guten Eindruck.



10.2. Buchführung

Wenn Sie ein kleines neben- oder hauptberufliches Unternehmen führen, sollten Sie sich selbst um die Buchhaltung und die Steuererklärung kümmern. Es ist nicht kompliziert, lässt sich lernen und ermöglicht Ihnen einen eigenen Überblick und kreativen Umgang mit dieser Materie. Das kann wirklich Freude machen.

Es gilt eine Frist von 10 Jahren zur Aufbewahrung der steuerrelevanten Unterlagen. Genaueres können Sie nachlesen in § 147 AO. Wenn Sie wichtige Unterlagen nur im PC verwahren, haben Sie die Pflicht, digital die Aufbewahrungsfrist von 10 Jahren zu gewährleisten.

So oder ähnlich könnten Ihre Ordner für Einnahmen und Kosten unterteilt sein. Diese Aufstellung entspricht nicht der Anlage EÜR (s.u.), ist aber für Sie selbst praktisch:

Beispiel für Kostenarten.	Beispiel für Einnahmearten
Raumkosten und Praxisverwaltung	Beratung
Einrichtung, Telefon, Miete, Nebenkosten	Gruppen selbst organisiert
Werbung, Fortbildung	Gruppen Sportverein und VHS
Kursmaterial, Praxisbedarf	Workshops in Einrichtungen
Zeitschriften, Bücher, Versicherungen	Vorstandsarbeit Verein
Einkauf Klangschalen	Verkauf Klangschalen
KFZ, Reisekosten	Sonstige Einnahmen
Beratung, Supervision, Sonstiges	
Abschreibungen	
Bewirtung	

Eine gut sortierte Ablage ist die halbe Steuererklärung. Diese verliert ihren Schrecken, wenn Sie sich angewöhnen, jeden einzigen kleinen Beleg über ein Buch, einen Blumenstrauß oder Kräutertee aus Ihrem Geldbeutel alsbald und direkt in den Ordner KOSTEN in die richtige Abteilung zu heften - und eben nicht in eine Plastikhülle oder eine Schublade zu stopfen in der Illusion, Sie hätten ein andermal mehr Lust zum Einsortieren.



10.3. Die Einkommensteuer (ESt)

Für kleine Unternehmen ist es sinnvoll, alle Schritte bis zur Steuererklärung zu kennen, auch wenn Sie mit einem Steuerbüro zusammenarbeiten.

Ihre bisherige Steuererklärung füllen Sie wie gewohnt aus - die Anlage N für die abhängige Beschäftigung, die Anlage Vorsorge für Ihre Versicherungsbeiträge usw.

Als Selbständige/r haben Sie dem Finanzamt für die ESt-Erklärung lediglich zwei zusätzliche Unterlagen ausgefüllt zu übersenden: Einmal die Anlage G (Gewerbetreibende s.o....) oder die Anlage S (Selbständig ein einem freien Beruf) und die Anlage EÜR. Als nebenberufliche KleinunternehmerIn dürfen Sie statt der Anl. EÜR evtl. einen selbstgemachten Beleg EÜR (s.u.) abgeben.

Mittlerweile erwarten die FA, dass die Steuererklärung online mit dem kostenlosen Programm Elster (www.elster.de) übermittelt wird. Wer das nicht kann oder will, muss beim FA beantragen, die Erklärung ausnahmsweise in Papierform abgeben zu dürfen mit dem Hinweis auf eine „unbillige Härte“ (§ 150 Abs. 8 AO).

Wichtig: Alle Belege bleiben bei Ihnen – mit der Ausnahme der Belege, die das System Elster bei der Eingabe von Ihnen verlangt. Nur auf Verlangen des FA schicken Sie Unterlagen dorthin. Das alles hört sich schwieriger an, als es in der Realität ist. In einem auf die Bedürfnisse kleiner Unternehmen zugeschnittenen Buchhaltungskurs können Sie lernen, die Steuerklärung für Ihre selbständige Tätigkeit selber zu machen.

10.3.1. Die Anlage G oder S

Wenn Sie alle Einnahmen und alle Kosten eines Jahres addieren und einander gegenüberstellen, haben Sie das Ergebnis: Einnahmen - Kosten = Gewinn oder Verlust. Diese Zahlen ergeben sich aus Ihrer ordentlichen Ablage. Gewinn oder Verlust tragen Sie in die Zeile 4 der Anl. G oder S ein - Verlust mit einem Minuszeichen vor der Zahl. Sind Sie erst einmal so weit gekommen, können Sie den Rest auch noch bewältigen. Sie übertragen dieses Ergebnis in die Anlage EÜR. So einfach ist das.

10.3.2. Die Gewinnermittlung, der Jahresabschluss

heißt für kleine Unternehmen Einnahmen-Überschussrechnung (= EÜR, § 60 Absatz 4 EStDV). Das amtliche Formular EÜR ist für größere Unternehmen ausgelegt.

Wenn Sie „KleinunternehmerIn“ (s.u.) sind, durften Sie bislang bei einigen FÄ die EÜR selbst auf einem DIN A 4 Bogen verfassen. Das wird nur noch selten bei sehr geringfügiger selbständiger Tätigkeit akzeptiert. Sie werden sich wahrscheinlich mit der Anlage EÜR vertraut machen müssen. Das Betriebsergebnis addiert das FA zu Ihren anderen Einnahmen und errechnet Ihre Steuerlast.



Die Abgabefrist: Selbständige müssen ihre Einkommensteuererklärung ab 2019 bis zum 31. Juli abgeben, mit Steuerbüro bis 29.02. im Jahr darauf. Wegen Corona wird die Abgabefrist für Steuerberater ab 2019 und 2020/21 möglicherweise auch für Sie verlängert.

10.3.3. Die Übungsleiterpauschale

Wer nebenberuflich bei staatlichen und gemeinnützigen Organisationen (wie VHS, Familienbildungsstätten, Sportvereinen) unterrichtet, hat nach § 3 Nr. 26 EStG einen Steuerfreibetrag, der im Jahr 2021 von 2.400 € auf 3.000 € steigt. Tragen Sie diese Einnahmen in der Anlage S, Zeile 46 ein. Die Anlage G hat diese Zeile nicht. Nehmen Sie statt dessen Anl. N, Zeile 26. Die Nachweise schicken Sie dem Finanzamt auf Anfrage. Kosten, die mit steuerfreien Einnahmen im Zusammenhang stehen (z.B. Fahrtkosten), dürfen nicht abgezogen werden.

10.3.4. Hobbybetrieb oder Liebhaberei

Womöglich haben Sie jahrelang einen Verlust steuerlich geltend gemacht, indem Sie alle Ihre Ausbildungskosten als vorweggenommene Betriebskosten angegeben haben. Das FA hat darauf reagiert mit einem Vorbehalt auf der Rückseite des Steuerbescheides: Erst wenn Ihre Gewinnerzielungsabsicht erwiesen sei, dürften Sie die ersparten Steuern endgültig behalten. Menschen, die in einem sicheren Beruf viel Geld verdienen, erregen beim FA verständliche Zweifel, ebenso wie die Ehefrauen und -männer gut verdienender PartnerInnen. Dem können Sie begegnen, indem Sie nach Beendigung der Ausbildung alsbald Gewinn ausweisen.

10.4. Die Umsatzsteuer (USt) oder Mehrwertsteuer (MwSt)

10.4.1. Begriffsklärung

Als Umsatz bezeichnet man die Einnahmen für Leistungen vor Abzug der Kosten.

Umsatz- und Mehrwertsteuer sind zwei Namen für dieselbe Steuer, die bei jedem Transfer von Waren oder Dienstleistungen anfällt und von den Selbständigen an das FA abgeführt wird. Der Regelsteuersatz beträgt 19 %. Die USt verteuert also Ihre Leistungen. Die notwendigen Erklärungen ans FA (USt-Voranmeldungen und USt-Erklärung) verkomplizieren Ihre Aufzeichnungen erheblich. Daher schauen wir zunächst die Ausnahmen von der USt-Pflicht an.

10.4.2. Ausnahmen

Etlliche Tätigkeiten und Berufsgruppen sind von der USt ausgenommen.

a) Nach § 4 Nr. 14a UStG Heilbehandlungen im Bereich der Humanmedizin, die im Rahmen der



Ausübung der Tätigkeit als Arzt, Zahnarzt, Heilpraktiker, Physiotherapeut, Hebamme oder einer ähnlichen heilberuflichen Tätigkeit durchgeführt werden.

Hier ist klar gesagt, dass nicht etwa alle gesundheitswirksamen Leistungen von der USt befreit sind, und auch nicht alle Leistungen der genannten Berufe. Wer als HP Einzelbehandlungen mit AT gibt, wäre insoweit umsatzsteuerfrei, nicht aber mit Unterricht in Gruppen.

b) Eine weitere Ausnahme gilt nach § 4 Nr. 21 a, bb) für berufliche Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen, wenn diese von der zuständigen Landesbehörde von der USt freigestellt sind. Wer eine Ausbildung leitet, wird diese Befreiung beantragen, die dann auch für selbständige DozentInnen innerhalb einer solchen Ausbildung gilt. Die Handhabung der Freistellung berufsqualifizierender Maßnahmen durch die Landesbehörden ist leider recht unterschiedlich.

c) Kleinunternehmen

Das „Kleinunternehmen“ ist eine Figur aus dem USt-Recht. Unternehmen, die in einem Kalenderjahr weniger als 17.500 € Umsatz haben, werden in § 19 UStG als Kleinunternehmen bezeichnet und sind im folgenden Jahr nicht umsatzsteuerpflichtig (s.u.). Das ist eine Subvention, die für Gewerbe und freie Berufe gleichermaßen gilt. Ab 2020 ist dieser Betrag auf 22.000 € gestiegen. Das hat die Folge, dass sich auch der Rückblick auf das vergangene Jahr 2019 an der neuen Grenze von 22.000 € orientiert. Wenn Sie im Jahr 2019 z.B. 18.900 € eingenommen hatten, waren Sie im Jahr 2020 umsatzsteuerfreie KleinunternehmerIn. Im Jahr 2021 blicken Sie in gleicher Weise auf das Jahr 2020 und prüfen, ob Sie nicht mehr als 22.000 € eingenommen haben.

Der Vollständigkeit halber sei erwähnt, dass auch umsatzsteuerfreie UnternehmerInnen eine USt-Erklärung abgeben müssen. Aber nicht alle FA beharren auf einer solchen Nullerklärung.

10.4.3. USt-Pflicht als Regel

Wenn Sie hauptberuflich selbständig sind, nicht zu den privilegierten medizinischen Fachberufen gehören und nicht überwiegend Ausbildungen leiten, trifft Sie die Umsatzsteuerpflicht im Folgejahr, sobald Ihr Umsatz 17.500 € übersteigt. Das bedeutet, dass Sie 19 % Ihres Umsatz ans Finanzamt abführen müssen. Dass Sie davon die von Ihnen beim Einkauf gezahlte USt (= Vorsteuer) abziehen dürfen, ist ein schwacher Trost, weil Beraterinnen und Kursleiter wenig einzukaufen haben. Ob USt-Pflicht auf Sie zukommt, sollten Sie schon im alten Jahr absehen können. Wenn Sie Ihre Preise nicht um 19 % erhöhen, weil Sie meinen, dass Ihre Kundschaft das nicht verkraftet, müssen Sie den Betrag aus Ihren Einnahmen herausrechnen und abführen. Dadurch vermindert sich Ihr Gewinn erheblich. Wenn Sie umsatzsteuerpflichtig werden, ist es Zeit, fachkundigen Rat einzuholen. Die Besonderheit für 2020: In Ihrem Geschäftsfeld wurde die Umsatzsteuer vom 1.7.2020 bis 31.12.2020 von 19 % auf 16 % gesenkt. Entsprechend mussten Ihre Rechnungen aussehen.



BVEP

Berufsverband für
Entspannungspädagogen e.V.

Sind Sie mit mehreren unterschiedlichen selbständigen Tätigkeiten am Markt – Sie haben ein Grafikbüro und geben Entspannungskurse – werden für die USt alle Einnahmen als Einheit betrachtet und zusammengezählt.

10.5. Gewerbesteuer

Gewerbliche EinzelunternehmerInnen und Personengesellschaften genießen bei der Gewerbesteuer einen Freibetrag von 24.500 € (§ 11 GewStG). Dieser Personenkreis kann die Gewerbesteuer auf die Einkommensteuer anrechnen (§ 35 EStG). Wenn Sie ein Gewerbe angemeldet haben und mehr als 24.500 € Jahresgewinn verzeichnen, brauchen Sie eine kompetente Steuerberatung.

Mittlerweile verlangen viele FÄ eine Gewerbesteuererklärung auch dann, wenn der Gewinn geringer ist. Das macht dann Arbeit oder Kosten, soweit Sie ein Steuerbüro in Anspruch nehmen.





11. Anhang: Checklisten, Vorlagen, Bescheinigungen

Der Businessplan

Hier ist eine Checkliste für die Themen des Businessplans:

- Gründungsidee und geplanter Beginn
- Die Gründerin, der Gründer, wer sind Sie, wie leben Sie, was können Sie, Lebenslauf als Anhang
- Fachliche Qualifikation, berufliche Erfahrungen
- Kaufräuliche/ kaufmännische Kenntnisse
- Rechtsform (z.B. Einzelunternehmen, GbR, Verein)
- Rechtliche Einordnung (Gewerbe, Freier Beruf)
- Geplante Angebote für welche Zielgruppen
- Standort, Vorteile, Erreichbarkeit, Nachteile und wie sie überwunden werden
- Konkurrenz, Marktchancen und -risiken
- Marketing, Werbung, Vernetzung
- Besondere Maßnahmen für den Markteinstieg
- Stand im Gründungsprozess
- Wirtschaftlichkeit
- Kalkulation des Kapitalbedarfs und dessen Finanzierung
- Kalkulation der Betriebskosten
- Kosten für die private Lebenshaltung
- Umsatzplanung und Rentabilität für 2-3 Jahre
- eventuell eine Liquiditätsberechnung für mindestens 1 Jahr

Schreiben Sie den Text immer in eigenen Worten! Wer einen Geschäftsplan liest, merkt sofort, wenn Teile daraus aus dem Internet kopiert worden sind.

Viele der aufgezählten Themen werden in diesem Wegweiser behandelt. Die Wirtschaftlichkeitsberechnung jedoch muss im Geschäftskonzept weit ausführlicher sein, als sie hier dargestellt worden ist.



Checkliste für das erste Telefonat mit InteressentInnen

für Gruppen oder Beratung

- Datum, Kontaktdaten, Emailadresse
- Beruf, Anliegen
- Wie haben Sie von mir gehört?
- Empfehlung? Woher?
- Haben Sie Zugang zu meiner Website? (Wenn nicht, Informationsmaterial mit AGB zuschicken)
- Honorare, Kurskosten bekannt?
- Kurs/Seminarangebot mit Terminen bekannt?
- Welche Veranstaltung möchten Sie besuchen?
- Einzeltermin vereinbaren
- Bezahlung wie? Bargeld, Abbuchung, Rechnung, Kartenzahlung

Checkliste für ein Informationsblatt (zugleich AGB)

für Gruppenveranstaltungen

- Ab wann ist die Anmeldung verbindlich?
- Termine, Datum, Uhrzeit
- Zu zahlender Preis: Bis wann, wie? Vorauszahlung? Bar oder Bank?
- Kleidung, Essen, was ist mitzubringen?
- Pünktlichkeit, Wertsachen nicht im Vorraum lassen, Getränke nicht im Raum usw.
- Versäumen und Nachholen von Terminen
- Rücktritt oder Kündigung bis wann ohne Zahlungspflicht? Verwaltungsgebühren?
- KursleiterIn lässt sich nur in Ausnahmefällen vertreten.



Kerninhalt Behandlungsvertrag

Name der Klientin, des Klienten

- Im Falle von früheren oder akuten Erkrankungen ist die KlientIn verantwortlich für eine ärztliche Abklärung, ob xxxxxtherapie angezeigt ist.
- Mein Honorar beträgt 70 € pro Stunde/pro Behandlung. Diesen Betrag müssen Sie bezahlen, auch wenn Ihre Krankenversicherung nur einen Teilbetrag oder nichts erstattet.
- Bezahlen Sie bitte jede Behandlung direkt in bar. Am Quartals- oder Monatsende erhalten Sie eine spezifizierte quittierte Rechnung, die Sie bei Ihrer Versicherung, der Beihilfestelle oder dem Finanzamt einreichen können.
- Erfragen Sie bitte bei Ihrer privaten Krankenversicherung, ob Barzahlung akzeptiert wird. Wenn nicht, überweisen Sie bitte den Rechnungsbetrag innerhalb von 10 Tagen.

Datum, Unterschriften



BVEP

Berufsverband für
Entspannungspädagogen e.V.

Inhalt einer Teilnahmebescheinigung für Gruppen, zugleich eine Quittung

Briefkopf, Logo usw.

TEILNAHMEBESCHEINIGUNG

Name

Adresse

hat an einer Fortbildung (fortlaufendem Kurs, Seminar usw.) „Autogenes Training“ teilgenommen.
Die Fortbildung umfasste 10 Termine zu je 90 Minuten.

Zeitraum: Oktober und November 2021 /oder Aufzählung der Termine.

Themen

.....

Der Teilnahmebeitrag in Höhe von150,00 €.... wurde bezahlt.

Der Betrag ist umsatzsteuerfrei nach § 4 Nr. 21a,bb / § 19 UStG. *(Die Auswahl müssen Sie treffen!)*

Steuer-Nr.:

Ort, Datum, Unterschrift

Anmerkung: Übersteigt der Betrag 150,00 €, muss jede Rechnung oder Quittung eine Nummer tragen, s.o. 9.4.2



BVEP

Berufsverband für
Entspannungspädagogen e.V.

Beispiel einer Rechnung für Beratungen oder Einzelstunden

Ihr Briefkopf

An

Name und Adresse

15.02.2021

Rechnung Nr. 12/20

HONORARRECHNUNG

3 Stunden berufsbezogenes Coaching

am 11. und 18. Januar und 06. Februar 2021

Honorar je Stunde 90,00 €

Rechnungsbetrag

270,00 €

St.-Nr.: 215/6511/0292

- für HP, PhysiotherapeutIn usw.:

Die Rechnung ist umsatzsteuerfrei nach § 4 Nr. 14a UStG

- Für diejenigen, die keine Erlaubnis zur Ausübung der Heilkunde haben und mit Ihrem Jahresumsatz unter 22.000 € liegen:

Die Rechnung ist umsatzsteuerfrei nach § 19 UStG.

Wer umsatzsteuerpflichtig ist, muss den Nettobetrag, den Umsatzsteuersatz- und betrag und den Endbetrag ausweisen, also:

Honorar Netto: 270,00 €

Zuzüglich 19 % USt.. 51,30 €

Rechnungsbetrag: 321,30 €

Bitte überweisen Sie den Betrag auf mein Konto. Vielen Dank!

Bankdaten



12. Abkürzungsverzeichnis

AO	Abgabenordnung
AT	Autogenes Training
ArbeitsZeitG	Arbeitszeitgesetz
BGW	Berufsgenossenschaft für Gesundheit und Wohlfahrtspflege
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch
DRV	Deutsche Rentenversicherung
DSGVO	Datenschutzgrundverordnung
EStDV	Einkommensteuereinführungsverordnung
EStG	Einkommensteuergesetz
EÜR	Einnahmen-Überschussrechnung
FA	Finanzamt
GbR	Gesellschaft bürgerlichen Rechts
GG	Grundgesetz
GKV	Gesetzliche Krankenversicherung
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
HeilprG	Heilpraktikergesetz
HP	Heilpraktiker und Heilpraktikerinnen
HP-Schein	Erlaubnis zur Ausübung der Heilkunde ohne Bestallung
HWG	Heilmittelwerbegesetz
PatientenrechteG	Patientenrechtegesetz
PKV	Private Krankenversicherung
PME	Progressive Muskelentspannung
PsychThG	Psychotherapeutengesetz
PV	Pflegeversicherung
RV	Rentenversicherung
SGB	Sozialgesetzbuch
TMG	Telemediengesetz
TN	TeilnehmerInnen
u.ä.	und ähnliches
UStG	Umsatzsteuergesetz
UWG	Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb
VBG	Verwaltungsberufsgenossenschaft



BVEP

Berufsverband für
Entspannungspädagogen e.V.

BVEP | Berufsverband für Entspannungspädagogen e.V.

**Geschäftsstelle
Thomas-Dehler-Straße 11
51373 Leverkusen**

**+49 (0) 172 9209807
info@bv-ep.de**

www.bv-ep.de

Stand der Informationen: Feb. 2021

