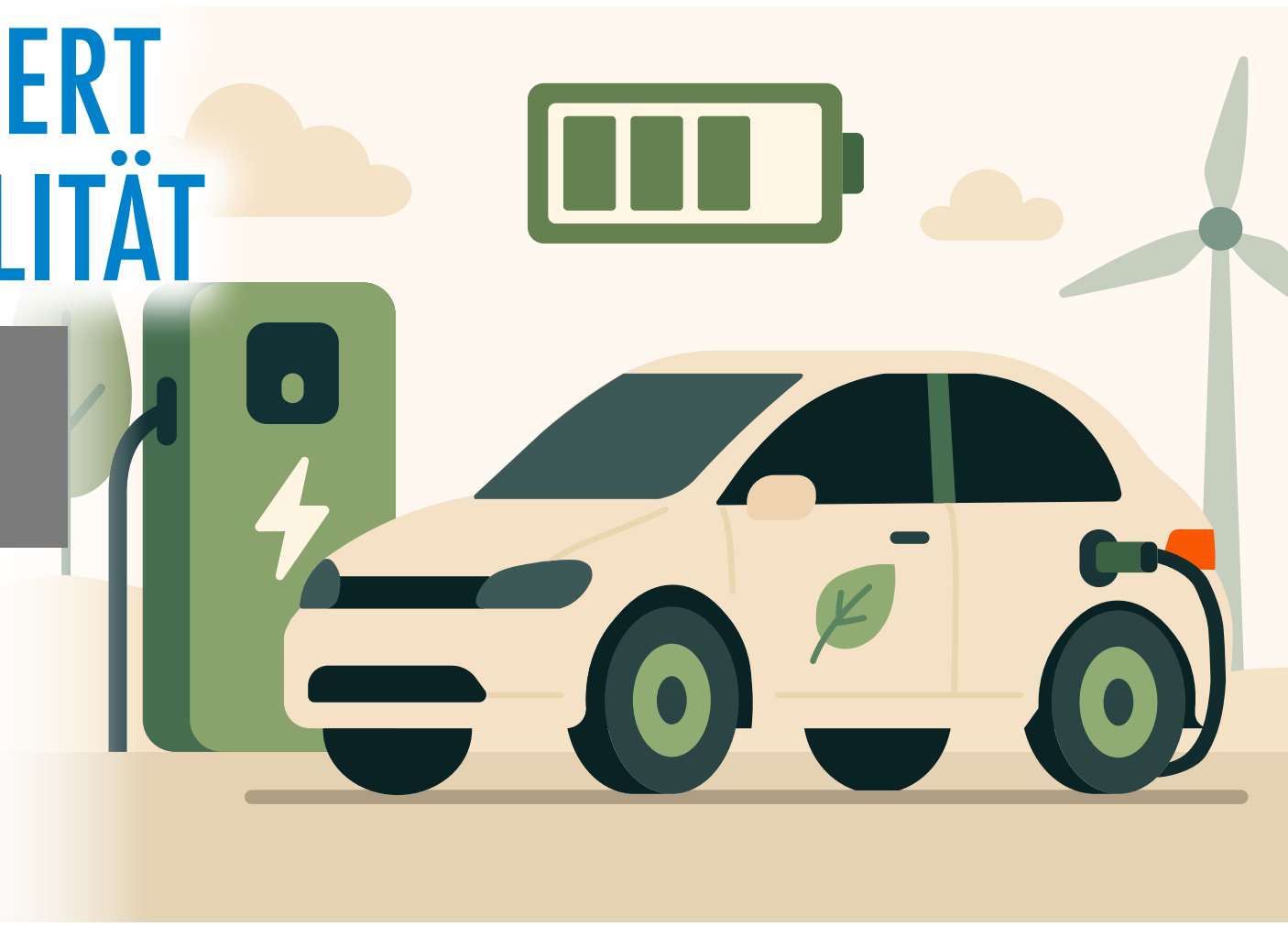
MANZ & PARTNER
STEUERBERATUNGSGESELLSCHAFT

@manzpartner www.manz-partner.net

29
2026

KURIER
Rund um Steuern, Finanzen
und unsere Kanzlei

STAAT FÖRDERT ELEKTROMOBILITÄT



Neue Förderung für E-Autos von Privatpersonen

Ab dem 1. Januar 2026 gelten neue Förderungen für Elektrofahrzeuge, die einen deutlichen Wandel in der staatlichen Unterstützung der Elektromobilität markieren. Während frühere Programme weitgehend pauschal ausgestaltet waren, setzt der Gesetzgeber nun gezielt auf eine sozial gestaffelte Förderung, die insbesondere Haushalte mit mittleren und geringeren Einkommen adressiert. Im Kern handelt es sich bei der neuen Förderung um einen staatlichen Zuschuss, der an den Erwerb oder das Leasing eines Elektrofahrzeugs geknüpft ist. Anspruchsberechtigt sind ausschließlich Privatpersonen; Unternehmen bleiben von der Förderung ausgeschlossen. Voraussetzung ist, dass das Fahrzeug erstmals ab dem 1. Januar 2026 in Deutschland zugelassen wird. Die Antragstellung erfolgt nicht unmittelbar beim Kauf, sondern ist voraussichtlich ab Mai 2026 in einem nachgelagerten Verfahren über ein Online-Portal möglich, nachdem das Fahrzeug bereits zugelassen wurde. Die Förderung wird anschließend ausgezahlt, sodass sie wirtschaftlich wie eine nachträgliche Kaufpreisreduzierung wirkt.

Die Höhe der Förderung richtet sich im Wesentlichen nach dem zu versteuernden Haushaltseinkommen sowie nach der Anzahl der im Haushalt lebenden Kinder. Für reine Elektrofahrzeuge beträgt die Basisförderung bis zu 3.000 Euro und kann – abhängig von der Einkommensstufe – auf bis zu 5.000 Euro ansteigen. Ergänzend wird ein Kinderbonus von 500 Euro je Kind gewährt, maximal jedoch 1.000 Euro. Insgesamt ist somit eine Förderung von bis zu 6.000 Euro möglich. Plug-in-Hybride werden zwar weiterhin berücksichtigt, jedoch in geringerem Umfang und nur dann, wenn sie bestimmte ökologische Mindestanforderungen erfüllen, etwa hinsichtlich CO_2-Ausstoß oder elektrischer Reichweite.

Zu den zentralen Voraussetzungen zählt neben der Einkommensgrenze – in der Regel maximal 80.000 Euro zu versteuerndes Haushaltseinkommen – auch, dass es sich um ein Neufahrzeug handelt. Gebrauchtfahrzeuge sind von der Förderung ausgeschlossen. Zudem gilt eine Mindesthaltedauer von 36 Monaten. Diese Regelung ist insbesondere bei Leasingverträgen zu beachten, da bei Unterschreiten der Frist eine (anteilige) Rückforderung der Förderung drohen kann.

In der praktischen Anwendung lässt sich die Förderung anhand eines typischen Falls veranschaulichen: Ein Ehepaar mit zwei Kindern und einem zu versteuernden Einkommen von 52.000 Euro erwirbt im März 2026 ein reines Elektrofahrzeug zum Preis von 40.000 Euro. Aufgrund der Einkommenssituation ergibt sich eine Basisförderung von 4.000 Euro. Hinzu kommt ein Kinderbonus von insgesamt 1.000 Euro. Die Familie erhält somit eine Gesamtförderung von 5.000 Euro, wodurch sich der effektive Kaufpreis auf 35.000 Euro reduziert.

Da die Einkommensgrenzen auch für Singles gelten, werden diese im Regelfall eher unter die Höchstgrenze fallen als Paare.

Aus steuerlicher Sicht ist die Förderung in der Regel als nicht steuerpflichtiger Zuschuss einzuordnen, da sie nicht zu den steuerbaren Einkünften im Sinne des Einkommensteuergesetzes zählt.

Von besonderer Bedeutung ist zudem die korrekte Ermittlung des zu versteuernden Einkommens, da dieses maßgeblich für die Förderhöhe ist. Hier können sich durch gezielte Verschiebung von Einkünften Optimierungsmöglichkeiten ergeben.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die E-Auto-Förderung ab 2026 eine gezieltere und sozial differenzierte Unterstützung bietet als frühere Programme. Für viele Haushalte, insbesondere Familien, ergeben sich attraktive Fördermöglichkeiten. Gleichzeitig steigt jedoch die Komplexität der Anspruchsvoraussetzungen, sodass eine fundierte Prüfung entscheidend ist, um die Förderung optimal zu nutzen und mögliche Risiken – etwa im Zusammenhang mit der Mindesthaltedauer – zu vermeiden.
Ob die Fördermöglichkeiten besonders vor dem Hintergrund der aktuell hohen Benzinpreise großen Anklang finden, wird sich nach den ersten Wochen der möglichen Antragstellung zeigen.

Bei Fragen sprechen Sie uns gerne an.

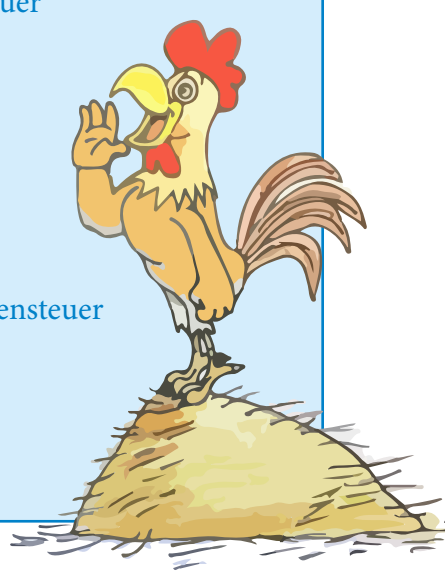
Terminsachen – nicht vergessen:

10. Juli 2026:
Umsatzsteuer, Lohnsteuer

10. August 2026:
Umsatzsteuer, Lohnsteuer

17. August 2026:
Grundsteuer,
Gewerbesteuer

10. September 2026:
Umsatzsteuer,
Lohnsteuer, Einkommensteuer



DIE HERAUSFORDERUNG DER AUSBILDUNG



Warum es immer schwieriger wird, Auszubildende zu finden und wie wir die junge Generation erreichen können

In den letzten Jahren hat sich die Ausbildungssituation in Deutschland spürbar verändert. Immer mehr Unternehmen, auch kleine und mittelständische Betriebe, kämpfen mit der Frage: Wo sind die Auszubildenden? Der Fachkräftemangel, der seit Jahren diskutiert wird, betrifft nun auch die Ausbildung selbst. Doch warum ist es so schwierig, Nachwuchskräfte zu gewinnen, und was können Unternehmen tun, um die Generation Z für sich zu begeistern?

Der Wandel der Arbeitswelt und die Erwartungen der jungen Generation

Die Generation Z – also die jungen Menschen, die zwischen 1997 und 2012 geboren wurden – ist mit einer völlig anderen Arbeitswelt aufgewachsen als ihre Vorgänger. Während die älteren Generationen noch in einer Zeit ausgebildet wurden, in der stabile Arbeitsverhältnisse und ein langfristiger Job als erstrebenswert galten, sind die Werte der jungen Generation in vielerlei Hinsicht differenzierter. Flexibilität, Sinnhaftigkeit, Selbstverwirklichung und ein gutes Arbeitsumfeld stehen bei den jungen Menschen ganz oben auf der Wunschliste.

Die Frage, warum es zunehmend schwieriger wird, Auszubildende zu finden, lässt sich nicht allein auf den demografischen Wandel oder den zunehmenden Fachkräftemangel zurückführen. Vielmehr sind es die veränderten Bedürfnisse und Erwartungen der Bewerber, die einen neuen Blick auf den Ausbildungsmarkt erforderlich machen. Die Generation Z legt großen Wert auf Work-Life-Balance, ein respektvolles Arbeitsklima und die Möglichkeit, eigene Ideen einzubringen. Sie hinterfragen die gesellschaftlichen Werte und streben nach einer Arbeit, die sie nicht nur finanziell, sondern auch emotional erfüllt.

Die Ausbildung als Sprungbrett – aber wie?

Die Herausforderung für Unternehmen besteht nun darin, diese Erwartungen zu verstehen und in ihre Ausbildungsangebote zu integrieren. Es geht nicht nur darum, den jungen Menschen fachliches Wissen zu vermitteln, sondern ihnen auch ein Umfeld zu bieten, das ihre Werte widerspiegelt. Im Folgenden einige wichtige Faktoren, die Ausbilder und Unternehmen in Betracht ziehen sollten, um die Generation Z für eine Ausbildung zu gewinnen:

1. Flexibilität und Arbeitszeitmodelle
Die junge Generation schätzt Arbeitszeitmodelle, die sich an ihrem Lebensstil orientieren. Flexible Arbeitszeiten, die Möglichkeit, Homeoffice zu machen oder Gleitzeit zu nutzen, sind Faktoren, die in einer modernen Ausbildung berücksichtigt werden sollten. Auch die Option, in Teilzeit zu arbeiten oder eine Ausbildung zu verkürzen, kommt vielen entgegen.

2. Digitale Ausbildungsmöglichkeiten
Die Generation Z ist mit digitalen Medien aufgewachsen und erwartet, dass die Ausbildungswelt mindestens ebenso fortschrittlich ist wie die übrige Arbeitswelt. Der Einsatz von modernen Lernmethoden wie E-Learning und digitalen Tools kann eine Ausbildung noch attraktiver machen. Wer als Unternehmen hier nicht mithält, läuft Gefahr, den Anschluss zu verlieren.

3. Mentoring und persönliche Entwicklung
Die heutige Jugend strebt nach persönlicher und beruflicher Weiterentwicklung. Unternehmen, die Mentoring-Programme, regelmäßige Feedbackgespräche und klare Aufstiegsmöglichkeiten bieten, können junge Menschen überzeugen, sich langfristig an das Unternehmen zu binden. Auch die Möglichkeit, während der Ausbildung an Projekten mitzuwirken und Verantwortung zu übernehmen, wird von Bewerbern zunehmend als Pluspunkt wahrgenommen.

4. Klarheit und Transparenz
In einer Zeit, in der Informationen jederzeit und überall verfügbar sind, erwarten junge Menschen Klarheit und Transparenz in der Kommunikation. Dazu gehört nicht nur eine verständliche Darstellung der Aufgaben und Ziele während der Ausbildung, sondern auch die klare Kommunikation über Gehalt, Arbeitsbedingungen und Aufstiegschancen. Auch das Unternehmen selbst sollte transparent sein, etwa hinsichtlich der Unternehmenskultur oder der Werte, für die es steht.

5. Die Arbeitgebermarke stärken
Um als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen zu werden, müssen Unternehmen an ihrer Arbeitgebermarke arbeiten. Das bedeutet, sich nicht nur in der Jobbörse oder auf den sozialen Netzwerken zu präsentieren, sondern auch echte Werte zu leben. Ein nachhaltiges und ethisches Handeln, der soziale Umgang miteinander sowie der Einsatz für gesellschaftliche Themen wie Umweltbewusstsein oder Chancengleichheit sprechen die Generation Z an. Eine authentische Darstellung der Unternehmenskultur und der eigenen Werte in der Kommunikation (zum Beispiel via Facebook, Instagram & Co) ist entscheidend, um junge Talente zu gewinnen.

Die Rolle der Ausbilder – mehr als nur Wissen vermitteln

Als Ausbilder müssen wir uns ebenfalls auf diese Veränderungen einstellen. Neben der fachlichen Expertise sind Sozialkompetenz und Empathie gefragt. Ausbilder sollten nicht nur fachliches Wissen vermitteln, sondern auch als Ansprechpartner und Mentoren fungieren. Die persönliche Bindung und die Bereitschaft, sich mit den Anliegen der Auszubildenden auseinanderzusetzen, können maßgeblich dazu beitragen, dass sich junge Menschen im Unternehmen wohlfühlen und langfristig bleiben wollen.

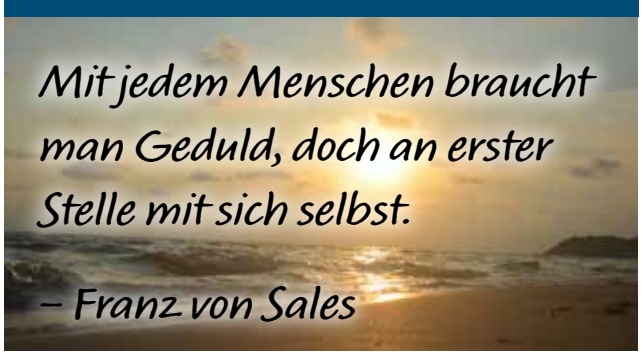
Fazit: Eine neue Herangehensweise ist gefragt

Die Herausforderung, Auszubildende zu finden, ist in der heutigen Zeit nicht nur ein Problem des Arbeitsmarktes, sondern auch ein Problem der Arbeitskultur. Es gilt, den veränderten Bedürfnissen und Erwartungen der Generation Z gerecht zu werden und die Ausbildung als eine Möglichkeit zu präsentieren, die nicht nur Wissen vermittelt, sondern auch eine Perspektive für die persönliche und berufliche Zukunft bietet.

Unternehmen, die bereit sind, sich auf die Wünsche und Bedürfnisse der jungen Generation einzulassen, können nicht nur ihre Ausbildungsmöglichkeiten stärken, sondern sich auch als zukunftsfähige Arbeitgeber positionieren. Eine moderne Ausbildung, die die Werte von Flexibilität, Selbstverwirklichung und digitaler Innovation integriert, ist der Schlüssel, um als Unternehmen auch in Zukunft die besten Talente zu gewinnen.

In diesem Sinne: Die Ausbildung ist mehr als nur eine Übergangsphase – sie ist der Grundstein für die Zukunft unserer Unternehmen und unserer Gesellschaft. Es liegt an uns, die Weichen richtig zu stellen.

Spruch des Monats



IHRE BESTELLUNG BEI AMAZON:

Klare Trennung zwischen Betrieb und Privat



Viele Unternehmerinnen und Unternehmer nutzen Online-Marktplätze wie Amazon nicht nur privat, sondern auch für betriebliche Einkäufe. In der Praxis zeigt sich jedoch immer wieder, dass private Amazon-Konten zugleich für geschäftliche Bestellungen verwendet werden. Was zunächst als praktische Lösung erscheint, kann steuerlich erhebliche Risiken bergen. Eine klare Trennung zwischen privatem Amazon-Account und einem Amazon-Business-Account ist daher aus steuerlicher Sicht dringend zu empfehlen.

Ein zentraler Unterschied zwischen einem privaten Konto und einem Amazon-Business-Account liegt in der steuerlichen Identifikation des Käufers. Beim Business-Account wird regelmäßig die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer (USt-IdNr.) des Unternehmens hinterlegt. Diese dient im europäischen Binnenmarkt als wesentliches Merkmal zur umsatzsteuerlichen Einordnung eines Geschäfts.

Wird über einen privaten Account bestellt, fehlt diese Zuordnung häufig. Die Folge: Der Lieferant – häufig ein im EU-Ausland ansässiger Händler – behandelt den Vorgang aus umsatzsteuerlicher Sicht als Lieferung an eine Privatperson (B2C). In diesem Fall wird regelmäßig die Umsatzsteuer des Lieferlandes berechnet.

Für das deutsche Unternehmen ergeben sich daraus mehrere Nachteile:

- Es liegt kein innergemeinschaftlicher Erwerb vor, sondern ein B2C-Geschäft.
- Die ausländische Umsatzsteuer ist in Deutschland grundsätzlich nicht als Vorsteuer abzugsfähig.
- Eine nachträgliche Korrektur ist oft nur mit erheblichem Aufwand oder gar nicht möglich.

Ein Business-Account stellt demgegenüber sicher, dass die Unternehmereigenschaft eindeutig dokumentiert ist und der Lieferant die Transaktion korrekt als B2B-Geschäft behandelt.

Die Problematik verschärft sich insbesondere bei grenzüberschreitenden Sachverhalten. Viele Händler auf Amazon sitzen in anderen EU-Mitgliedstaaten oder versenden Waren aus ausländischen Logistikzentren.

Bei korrekter Verwendung eines Business-Accounts erfolgt in solchen Fällen regelmäßig eine innergemeinschaftliche Lieferung durch den Verkäufer. Das deutsche Unternehmen muss anschließend in seiner Umsatzsteuervoranmeldung einen innergemeinschaftlichen Erwerb deklarieren. Die Umsatzsteuer wird dann sowohl geschuldet als auch gleichzeitig als Vorsteuer geltend gemacht, sodass sich in der Regel keine tatsächliche Steuerbelastung ergibt.

Wird jedoch ein privater Account verwendet, ergeben sich häufig folgende Konstellationen:

- Berechnung ausländischer Umsatzsteuer (zum Beispiel französische oder italienische Mehrwertsteuer)
- eine ordnungsgemäße Rechnung im umsatzsteuerlichen Sinne
- keine korrekte Abbildung in der Buchhaltung
- fehlende oder falsche Behandlung des Erwerbs in der Umsatzsteuervoranmeldung

Insbesondere bei Betriebsprüfungen führt dies regelmäßig zu Rückfragen und erhöhtem Prüfungsaufwand.

Die Nutzung eines einzigen Accounts für private und geschäftliche Einkäufe führt zudem zu organisatorischen Problemen:

- Vermischung von privaten und betrieblichen Rechnungen
- erhöhter Aufwand in der Buchhaltung
- erschwerte Nachvollziehbarkeit bei Betriebsprüfungen
- mögliche Diskussionen über Privatentnahmen oder nicht abzugsfähige Aufwendungen

Gerade bei Einzelunternehmen kann dies zu unnötigen steuerlichen Differenzen führen.

Aus diesen Gründen empfehlen wir Ihnen:

- einen separaten Amazon-Business-Account für sämtliche betrieblichen Bestellungen einzurichten
- die USt-IdNr. des Unternehmens dort zu hinterlegen
- private und geschäftliche Einkäufe konsequent zu trennen
- Rechnungen regelmäßig herunterzuladen beziehungsweise revisionssicher zu archivieren.

Durch diese einfache organisatorische Maßnahme lassen sich viele umsatzsteuerliche Risiken vermeiden und die Anforderungen an eine ordnungsgemäße Buchführung deutlich leichter erfüllen.

SELBSTSTÄNDIG IM NEBENERWERB

Neben dem Hauptberuf auf eigene Rechnung arbeiten - Vorteile und Pflichten

Neben dem Beruf selbstständig zu sein, scheint für viele Menschen reizvoll. Doch wer ein Nebengewerbe gründet, muss rechtlich einiges beachten. In manchen Berufen hängt die Selbstständigkeit von bestimmten Qualifikationen ab – etwa bei Steuerberatern, Ärzten oder Hebammen. Im Handwerk ist der Meisterbrief oft Voraussetzung für die Selbstständigkeit.

Außerdem sollten Sie vor dem Schritt in die Selbstständigkeit mit Ihrem Arbeitgeber darüber sprechen. Ein generelles Verbot ist unzulässig, jedoch kann der Arbeitgeber die Nebentätigkeit verbieten, wenn diese eine Konkurrenz zum Hauptjob darstellt. Auch eine zu große Belastung kann ein Grund sein. Der Arbeitgeber kann die Genehmigung widerrufen, wenn die Leistung im Hauptberuf aufgrund der Nebentätigkeit dauerhaft nachlässt.

Auch einige Meldepflichten und Pflichtmitgliedschaften sind je nach Branche und Beruf notwendig. So müssen sich Gewerbetreibende beim Gewerbeamt der örtlichen Kommune anmelden. Viele Berufe erfordern die Mitgliedschaft in einer Kammer, etwa der Handwerkskammer, der IHK oder der Berufskammer der Ärzte. Außerdem müssen sich Selbstständige bei der Berufsgenossenschaft melden.

Aber es gibt auch gute Nachrichten: Wer neben der abhängigen Beschäftigung eine selbstständige Tätigkeit anmeldet, kann trotzdem weiterhin über das Haupt-Arbeitsverhältnis in der gesetzlichen Kranken-, Pflege- oder Rentenversicherung pflichtversichert sein. Selbstständige im Nebenerwerb müssen sich in diesem Fall nicht um Kranken-, Pflege- oder Rentenversicherung kümmern. Erst wenn die Arbeitszeit und der Gewinn den Hauptberuf übersteigen, ist dies notwendig. Einkünfte aus der Selbstständigkeit sind natürlich auch steuerpflichtig. Sie unterliegen denselben rechtlichen und steuerlichen Pflichten wie bei anderen Haupt-Unternehmern auch.

Haben Sie Fragen zu diesem Thema?
Sprechen Sie uns gerne an.

MIT FREUDE STRESSFREI – DURCH YOGA AKTIV UND ENTSPANNT IN DEN TAG STARTEN

Unsere wöchentliche Yoga-Stunde mit Petra Rothe-Richberg

In unserem oft herausfordernden und von Zeitdruck geprägten Kanzleialltag ist es wichtiger denn je, bewusst Momente der Entspannung und Regeneration zu schaffen. Genau hier setzt unser Angebot an: Einmal pro Woche laden wir alle Mitarbeiter herzlich zu unserer Yoga-Stunde mit unserer erfahrenen und positiv strahlenden Yoga-Lehrerin Petra ein.

Für die Teilnahme braucht es weder Vorkenntnisse noch sportliche Voraussetzungen oder besondere Beweglichkeit. Denn das Schöne an Yoga ist: JEDER kann es praktizieren und stets dazukommen.

Ob direkt vor Ort oder bequem per Videokonferenz – die Teilnahme ist flexibel möglich und lässt sich gut in den individuellen Arbeitsalltag integrieren. Egal in welcher körperlichen Konstitution und dazu noch unabhängig vom Standort oder Terminkalender können alle Kollegen von diesem Angebot profitieren.

Die ganzheitlichen Methoden von Yoga – Körper-, Atem- und Achtsamkeitsübungen – schaffen Ruhemomente im Alltag und helfen gezielt dabei, die Selbst- und Körperwahrnehmung zu verbessern. Die Muskulatur wird gestärkt, Körperhaltung und Beweglichkeit werden verbessert, Verspannungen – besonders im Rücken- und Nackenbereich – werden gelöst, um nur einige der gesundheitlichen Effekte von Yoga auf den Körper zu nennen.

Gleichzeitig wirkt Yoga erwiesenermaßen Stress entgegen und gilt als anerkanntes, evidenzbasiertes Stressmanagement-System. Die persönliche Resilienz, das heißt die psychische und physische Widerstandskraft wird gefördert.

Gerade in einem Umfeld, das täglich von komplexen Aufgaben, hoher Verantwortung und einem engen Zeitrahmen geprägt ist, kann Yoga somit einen wertvollen und nachhaltigen Ausgleich schaffen.

Yoga macht Spaß und erhöht zudem die persönliche Zufriedenheit aufgrund der bewussten Wahrnehmung, selbst etwas für sein körperliches und mentales Wohlbefinden tun zu können.
Wir freuen uns, mit diesem Angebot einen Beitrag zu einem positiveren Lebensgefühl unseres Teams leisten zu können – ob auf der Matte im Büro oder digital von zu Hause aus.

Petra Rothe-Richberg,
4,5-jährige Ausbildung und Mitglied beim Berufsverband der Yogalehrenden in Deutschland / Europäische Yoga Union.

Zertifiziert von der Kooperationsgemeinschaft gesetzlicher Krankenkassen durch die Zentrale Prüfstelle Prävention „Stressmanagement – Förderung von Entspannung und Erholung – Hatha Yoga“ Weiterbildung zu den Themen: Gewaltfreie Kommunikation sowie Ayurveda („das Wissen vom Leben“)

YOGA & Meditation



Petra Rothe-Richberg
YOGALEHRERIN BDYoga/EYU

Mobil: 0170 6893442
eMail: pr@vonFormat.eu

MITGLIED IM BERUFSVERBAND DER YOGALEHRENDEN IN DEUTSCHLAND BDYOGA/EYU I YOGA IM BETRIEBLICHEN GESUNDHEISMANAGEMENT I ZPP-ZERTIFIZIERT STRESSMANAGEMENT/HATHA-YOGA





MANZ & PARTNER
STEUERBERATUNGSGESELLSCHAFT

Harthbergring 15 · 34613 Schwalmstadt
Kasseler Straße 40 · 34212 Melsungen
Telefon 06691 9600-0
Fax 06691 9600-35
@manzpartner

www.manz-partner.net

© www.paecher.com