

STEUER- & FINANZRATGEBER FÜR UNTERNEHMEN

SEPTEMBER 2026

STEUERTIPPS | VORSORGE- UND FINANZPLANUNG | KOSTENOPTIMIERUNGEN

AGENTISCHE KI IN DER FINANZBUCHHALTUNG

Wie intelligente Systeme
Routineaufgaben übernehmen
und Prozesse unterstützen.

Mehr dazu auf Seite 2

VERTRIEBSKANÄLE PROFITABEL STEuern

Erfolgspotenziale erkennen
und gezielt nutzen.

Mehr dazu auf Seite 7

EIGENMIETWERT- BESTEuerung VOR DEM SYSTEMWECHSEL

Die wichtigsten Steuerfolgen
auf einen Blick.

Mehr dazu auf Seite 10

IN DIESER AUSGABE

KI-AGENTEN VERÄNDERN DIE FINANZBUCHHALTUNG

Was Unternehmen über Chancen,
Risiken und Voraussetzungen wissen sollten.





• EDITORIAL



**Liebe Leserin, liebe Unternehmerin
Lieber Leser, lieber Unternehmer**

Der erste Beitrag dieser Ausgabe beleuchtet den Einsatz agentischer KI in der Finanzbuchhaltung. Er zeigt, welche Aufgaben solche Systeme übernehmen können und weshalb klare Prozesse, zuverlässige Daten und menschliche Kontrolle entscheidend bleiben.

Der zweite Beitrag widmet sich dem Vertriebscontrolling. Im Fokus stehen die Profitabilität einzelner Vertriebskanäle sowie die Frage, wie Umsätze, Kosten und Deckungsbeiträge transparent gesteuert werden können.

Im dritten Beitrag werden die Steuerfolgen der Abschaffung des Eigenmietwerts erläutert. Neben dem Wegfall des fiktiven Einkommens stehen insbesondere die Einschränkungen beim Schuldzinsen- und Unterhaltskostenabzug im Zentrum.

Mit den WEKA Memberships erhalten Sie darüber hinaus laufend Zugriff auf aktuelles Fachwissen, praxiserprobte Arbeitshilfen und unlimitierten Zugang zu unseren beliebten Update-Live-Webinaren. So bleiben Sie bei fachlichen Neuerungen am Puls und finden schneller die Informationen, die Sie für Ihre tägliche Arbeit benötigen.

Beste Grüsse

C. Seffinga

Carla Seffinga,
WEKA Productmanagement
Finanzen und Steuern

AGENTIC AI IN DER FINANZBUCHHALTUNG

Die Diskussion um künstliche Intelligenz (KI) im Finanz- und Rechnungswesen hat sich in kurzer Zeit spürbar geändert. Während zunächst vor allem generative Chatbots und KI-Assistenten im Mittelpunkt standen, gewinnen zunehmend sogenannte agentische Systeme an Bedeutung. Gemeint sind KI-basierte Anwendungen, die nicht nur Informationen bereitstellen oder Textvorschläge generieren, sondern innerhalb definierter Grenzen mehrstufige Aufgaben planen, digitale Werkzeuge nutzen, Zwischenergebnisse bewerten und Prozesshandlungen auslösen können (vgl. Wang et al., 2024). Für die Finanzbuchhaltung eröffnet dies neue Perspektiven, wirft jedoch zugleich grundlegende Fragen der Kontrolle, Verantwortung und Revisionsfähigkeit auf.

• Von Prof. Dr. Thomas Rautenstrauch

Einleitung

Gerade für Schweizer KMU ist das Thema von besonderer Relevanz, da bei diesen die Finanzfunktion häufig durch knappe personelle Ressourcen, eine hohe Abhängigkeit von einzelnen Fachkräften, wiederkehrende manuelle Routinen und einen vergleichsweise begrenzten Digitalisierungsgrad geprägt ist. Hinzu kommen spezifisch schweizerische Rahmenbedingungen: die Mehrwertsteuerpflicht nach dem Bundesgesetz über die Mehrwertsteuer (MWSTG), die handelsrechtlichen Anforderungen gemäss Obligationenrecht (OR) sowie die Datenschutzanforderungen des revidierten Datenschutzgesetzes (revDSG), das seit dem 1. September 2023 in Kraft ist. Diese besonderen Rahmenbedingungen beeinflussen zusätzlich, welche Anforderungen an KI-gestützte Prozesse gestellt werden sollten.

Der vorliegende Artikel zeigt, wie agentische KI in der Finanzbuchhaltung konzeptionell einzuordnen ist und welche Einsatzfelder sich für Schweizer KMU besonders eignen.

Begriffliche Einordnung: Was ist unter Agentic AI zu verstehen?

Der Begriff «Agentic AI» wird in der Praxis häufig unscharf verwendet. Für eine betriebswirtschaftlich belastbare Diskussion ist daher eine klare Abgrenzung erforderlich.

Unter «Agentic AI» werden im vorliegenden Beitrag KI-basierte Softwaresysteme verstanden, die nicht nur Inhalte generieren, sondern zielorientiert mehrstufige Aufgaben planen, digitale Werkzeuge ansteuern, Zwischenergebnisse bewerten und definierte Prozesshandlungen innerhalb vorgegebener Kontrollgrenzen ausführen können (Russell/Norvig, 2022). Damit unterscheiden sie sich sowohl von klassischer regelbasierter Automatisierung als auch von generativen Assistenten, die primär Empfehlungen aussprechen.

Nicht jede KI-gestützte Automatisierung ist bereits agentisch; ebenso wenig ist jeder digitale Workflow mit API-Anbindung ein KI-Agent. Sinnvoll ist eine Unterscheidung zwischen drei konzeption-



WO IHR VERTRIEB UNNÖTIG GELD VERLIERT

Mit einem effektiven Vertriebscontrolling behalten Sie Umsatz, Kosten und Deckungsbeiträge im Blick. In diesem Beitrag lesen Sie, wie Sie Ihre Vertriebskanäle analysieren und deren Profitabilität optimieren.

• Von Prof. Dr. Thomas Rautenstrauch

Stellhebel und Analysebereiche für das Vertriebscontrolling

Um die verschiedenen Vertriebskanäle optimal zu steuern, muss die Vertriebsstruktur effizient, transparent und flexibel aufgebaut sein. Veränderungen der Umsätze, der Deckungsbeiträge, der Vertriebskanalkosten und der damit zusammenhängenden Profitabilität müssen kontinuierlich durch das Vertriebscontrolling beobachtet und an die Vertriebs- bzw. Geschäftsleitung berichtet werden. Nur so können die Vertriebsverantwortlichen im Bedarfsfall schnell reagieren und entsprechende Massnahmen einleiten.

Die vier zentralen Stellhebel einer ertragsorientierten Vertriebssteuerung sind:

- ein systematisches Kundenmanagement
- ein konsequentes Preismanagement
- ein aussagekräftiges Vertriebscontrolling und
- ein straffes Kostenmanagement

Das Vertriebscontrolling gewährleistet Transparenz über Absatz- und Umsatzleistung und ermittelt die erwirtschafteten Deckungsbeiträge pro Vertriebskanal, pro Kunde(ngruppe) und Produkt(gruppe). Ausserdem soll das Vertriebscontrolling Unwirtschaftlichkeiten und Einsparpotenziale aufdecken, um ein effizientes Kostenmanagement zu gewährleisten. Die Funktion des Vertriebscontrollings an der Schnittstelle zwischen Verkauf, Vertriebsführung und Controlling ist die Planung, Steuerung, Koordination und Kontrolle aller vertrieblichen Prozesse und Institutionen.



Konkret sollten im Rahmen einer Analyse der Vertriebseffizienz die folgenden Fragen beantwortet werden:

- Wie profitabel ist welcher Vertriebskanal?
- In welchem Mass tragen die verschiedenen Kanäle zum Erfolg des Unternehmens bei?
- Was kostet ein Produkt in welchem Kanal?
- Wie viel Gewinn wird mit welchem Produkt in welchem Kanal erwirtschaftet?

Aufgabenfelder des operativen Vertriebscontrollings

Um die festgelegten kurzfristigen Ziele zu erreichen und um die richtigen Entscheidungen im Vertriebsumfeld zu treffen, braucht das Management Unterstützung vom operativen Vertriebscon-

trolling, das in diesem Zusammenhang die folgenden Aufgaben übernimmt:

1. Das Vertriebscontrolling soll helfen, die Qualität und die Schnelligkeit von kundenorientierten Prozessen zu verbessern.
2. Das Vertriebscontrolling soll helfen, die Vertriebskosten zu senken.
3. Das Vertriebscontrolling führt regelmässig Abweichungsanalysen durch, analysiert und bewertet diese und initiiert, falls nötig, sog. Rückkopplungsprozesse.
4. Das Vertriebscontrolling soll Schwachstellen rechtzeitig erkennen und die Ursache identifizieren, um diese dauerhaft zu verhindern.
5. Das Vertriebscontrolling liefert dem Vertriebsmanagement auf diese Weise ein Frühwarnsystem mit zugehörigen Kennzahlen.