AUDIT & ADVISORY · TAX · LEGAL · CONSULTING

Audit of the Future: Auswirkungen auf den Mittelstand

bakertilly.de

bakertilly

Liebe Unternehmerinnen und Unternehmer,
liebe interessierte Leserinnen und Leser,

die Anforderungen an moderne Wirtschaftsprüfung erleben Sie im täglichen Arbeitsleben. Dabei wird die Wirtschaftsprüfung in der Bandbreite vom „lästigen Übel" bis zur „wertvollen Beratung" empfunden. Der Wandel in der Wirtschaftsprüfung wird maßgeblich bestimmt durch die Veränderungen der rechtlichen Anforderungen, durch die Weiterentwicklung der Technologie sowie durch die Entwicklungen des Marktes. Unser Anspruch ist es, Ihre Wünsche und Vorstellungen aus diesen Veränderungen aufzunehmen und unsere Aktivitäten danach auszurichten. So haben wir die Auswirkungen der derzeit wichtigsten Megatrends in der Wirtschaftsprüfung in dieser Publikation zusammengefasst. Mit Mittelstand meinen wir vor allem den international tätigen unternehmerischen Mittelstand, unabhängig davon, ob inhaber- oder fremdmanagementgeführt oder kapitalmarktorientiert.

Es freut uns sehr, dass mit Jürgen Pampel, CEO von Voltabox, Thomas Schreiner, CFO von Zollner Elektronik und Sven Brandt, Head of Group Accounting von ALBA, drei Vertreter führender Mittelständler mit ihrer Sichtweise diese Publikation bereichern.

So ist ein Beitrag entstanden, der einen Überblick über die Zukunft der Wirtschaftsprüfung gibt. Wir wünschen Ihnen, liebe Unternehmerinnen und Unternehmer, liebe Leserinnen und Leser, eine anregende und hoffentlich erkenntnisreiche Lektüre. Für Rückmeldungen, Anregungen oder Hinweise von Ihnen wären wir dankbar.

Prof. Dr. Thomas Edenhofer Ralf Gröning Prof. Dr. Martin Pätzold

Megatrend 1

Digitalisierung wirkt auf die Geschäftsmodelle der Wirtschaftsprüfer

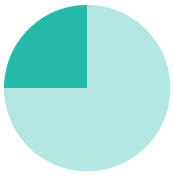
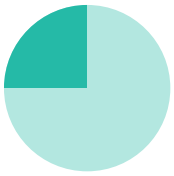
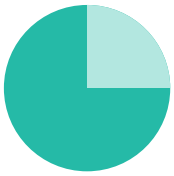
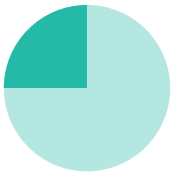
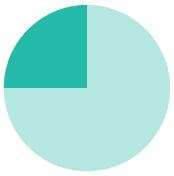
Wer es in der Wirtschaftsprüfung schafft, seine Leistungen zugleich qualitativ, technologisch und preislich noch attraktiver zu gestalten, der kann bestehende Kunden noch besser bedienen und mit neuen Kunden und Produkten Wachstumsmärkte erschließen. Voraussetzung dafür ist, dass der Wirtschaftsprüfer noch viel stärker als bisher aus der Sicht seiner Kunden denkt und sein Handeln danach ausrichtet. Wer dies am besten umsetzt, wird bei seinen Kunden „die Nase vorn haben".

Die vernetzte Welt von heute stellt klassische Wertschöpfungsketten auf den Kopf und ermöglicht einer immer größer werdenden Zahl an Menschen Teilhabe am ökonomischen Geschehen. Sie stellt Wirtschaftsprüfungsgesellschaften – insbesondere die Big Four und die Next Ten – vor neue Herausforderungen. Dabei gilt es die bisherige Form der Wirtschaftsprüfung auf den Prüfstand zu stellen und anhand abgewogener Chancen und Risiken technologisch weiterzuentwickeln. Dies bedeutet, dem Trend der Digitalisierung zu folgen. Letztlich bedeutet dies auch, das eigene Unternehmen zukunftsgerecht aufzustellen.

Der Weg dorthin ist bereits erkennbar

Wachstumspotenziale können nur vollständig ausgeschöpft werden, wenn die Vorteile der digitalen Vernetzung mit den Kunden genutzt werden. Dies bedeutet, dass die Wirtschaftsprüfer im Rahmen ihrer Geschäftsmodelle ihre Projektorganisation für die Auftragsdurchführung verstärkt mit technologischer Expertise auf die Anforderungen ihrer Kunden ausrichten müssen. Dafür erforderlich sind zusätzliche und komplett neue digitale Tools zur Durchführung von Prüfungshandlungen (beispielsweise Instrumente zur Massendatenanalyse) sowie digitale Tools zur Abwicklung von Prüfungshandlungen (beispielsweise Prozesssoftware). Wir sehen hier den Markt erst am Beginn der Entwicklung und teilweise von etwas Aktionismus getrieben. Im Grunde muss es wie bei der Einführung einer ERP-Software laufen: Zunächst sind die Digitalisierungspotenziale im Prüfungsansatz und Prüfungsprozess zu identifizieren. Erst dann können bestehende Tools in den Prüfungsansatz und Prüfungsprozess integriert werden. Das Institut der Wirtschaftsprüfer hat unseres Erachtens als erste Institution die Digitalisierungspotenziale im Prüfungsprozess analysiert und auf Basis weiterer Quellen übersichtlich dargestellt.

Automatisierungspotenziale im Prüfungsprozess
Überblick

1	2	3	4	5	6
Generierung von Unternehmens-kenntnissen	**Erste Fest-stellung der Datenintegrität**	**Vorprüfungs-handlungen (insbes. IKS-Prüfung)**	**Analytische Prüfungs-handlungen**	**Einzelfall-prüfungs-handlungen**	**Evaluation der Prüfungs-ergebnisse**
					
C, F	**C, D**	**A, B, C, D, E, F**	**A, B, C, D, E, F**	**B, C, D, F**	**E**

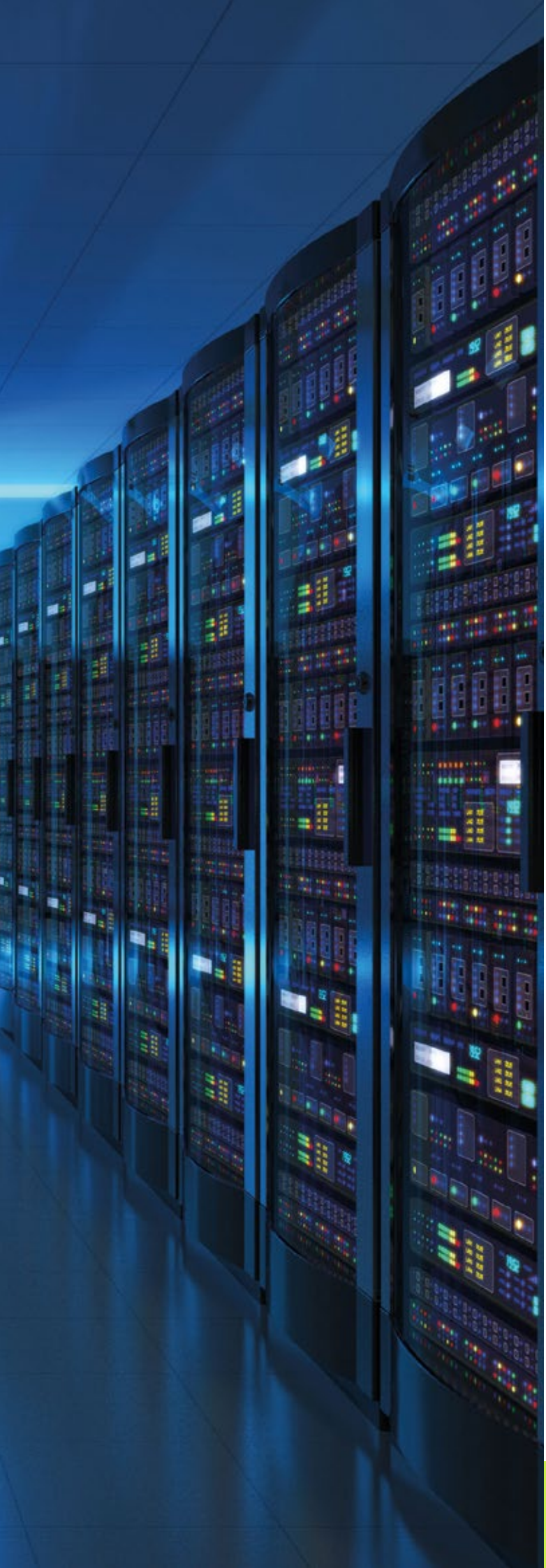
Grad der Automatisierung

A – Lückenloser Datentransfer
B – Ausschöpfung der vorhandenen IT-Infrastruktur
C – Digitale Verfügbarkeit von Daten
D – Kollaborationsbereitschaft der Unternehmen
E – Verarbeitungsfähigkeit der Feststellungen
F – Aufnahmefähigkeit komplexer Sachverhalte

Quelle: Multikonferenz Wirtschaftsinformatik (MKWI 2018), 06.-09.03.2018, Lüneburg, „Neue Beratungsperspektiven für den Wirtschaftsprüfer: Expertenbefragung zur Automatisierung von Prüfungshandlungen", Johannes Langhein, Andreas Kiesow u. Oliver Thomas

Hierbei ist beispielsweise zu klären, ob und inwieweit Massendatenanalysen Einzelfallprüfungen reduzieren oder gar ersetzen können. Diese Herausforderungen sind von den einzelnen Prüfungs- und Beratungsgesellschaften gemeinsam mit der Wirtschaftsprüferkammer und dem Institut der Wirtschaftsprüfer im engen Schulterschluss mit den Regulatoren zu erledigen, bevor die Digitalisierung der Zukunft wirklich Einzug halten kann. Ein nicht ganz einfaches Unterfangen!

Der Weg bis zu einer abgestimmten Lösung ist noch weit. Bis dahin bleibt der vereinzelte Einsatz digitaler Tools zunächst noch vorrangig ein Marketinginstrument.



Herausforderung: Investitionen

Um den Weg in die neue digitale Prüfungswelt erfolgreich zu gehen, sind beachtliche Investitionen erforderlich, die kleine und mittlere, aber auch die Next Ten vor große Herausforderungen stellen. Insbesondere im Bereich der Analytiksoftware stellt sich die Frage nach der Verwendung selbstentwickelter Softwaretools oder der Nutzung von Software aus Kooperationen mit Softwarehäusern. Beide Optionen haben jeweils Vorteile bzw. Chancen: Während eine eigene Standardsoftware maßgeschneiderte Lösungen bietet, ermöglichen strategische Kooperationen kostengünstigere und noch ausgereiftere Lösungen. Daher sollten beide Alternativen nach ihren individuellen Stärken abgewogen im Einzelfall eingesetzt werden. Bei Standardprozessen sollte Standardsoftware eingesetzt werden, da so Preisvorteile an die Kunden weitergegeben werden können. Bei komplexeren Prozessen und Kunden sollten maßgeschneiderte Softwarelösungen Anwendung finden. Insgesamt kommt es auf den ausgewogenen Mix an. Es sind jedoch jeweils erhebliche Investitionen erforderlich. Daher beobachten wir eine Tendenz zur weiteren Konsolidierung des Marktes. Nicht nach dem Prinzip „The winner takes it all", sondern mit dem Ziel, den Anforderungen des Marktes bestmöglich zu entsprechen. Denn noch mehr als heute gilt für die Zukunft: Der Kunde muss im Mittelpunkt stehen!

Megatrend 2

Die Regulatorik verändert den Markt für Wirtschaftsprüfung

Der Prüfungsmarkt für Unternehmen von öffentlichem Interesse, also für kapitalmarktorientierte Unternehmen und Kreditinstitute, ist durch die eingeführte Pflichtrotation durch den Gesetzgeber und das grundsätzliche Verbot von Nichtprüfungsleistungen in Bewegung geraten. Dies betrifft auch viele mittelständische Unternehmen, die es unter den Unternehmen von öffentlichem Interesse gibt. Die Bewegung des Marktes ergibt sich allerdings nicht durch eine Rotation von Abschlussprüfungen aus der Welt der Big Four zu den Next Ten, sondern auch durch die zunehmende Nutzung der Next Ten für Nichtprüfungsleistungen.

Seit Gültigkeit der EU-Vorschrift und in Kraft treten des Abschlussprüfungsreformgesetzes haben in Deutschland rund 100 Konzerne von öffentlichem Interesse die Prüfung ausgeschrieben. Nur 33 Unternehmen haben sich bisher zum Prüferwechsel entschieden. Davon sind nur fünf Unternehmen von einer Big Four zu einem Next Ten gewechselt. Umgekehrt sind fünf Unternehmen von einem Next Ten zu einem Big Four Prüfer gewechselt.[1]

Demgegenüber profitieren die Next Ten von den geöffneten Türen bei kapitalmarktorientierten Unternehmen im Advisory-Geschäft. Denn die Unternehmen von öffentlichem Interesse benötigen dort Alternativen zu den Big Four. Aufgrund des Verbotes von bestimmten Nichtprüfungsleistungen trennen in diesem Marktsegment Vorstand und Prüfungsausschuss zunehmend stärker grundsätzlich zwischen Prüfung und Beratung. So kommt es beispielsweise immer häufiger zu Situationen, in denen die Big Four z. B. im Rahmen einer Unternehmenstransaktion als Abschlussprüfer für die Steuerberatung oder andere Tätigkeiten auf Käufer- oder Verkäuferseite blockiert bzw. konfligiert sind. Vorstand bzw. Geschäftsführung müssen daher ausweichen und erkennen zunehmend die Qualität, Flexibilität, Individualität und Aufmerksamkeit der Next Ten bei solchen Projekten. Es gelingt den Next Ten zunehmend zu überzeugen, dass Leistungen in vielen Bereichen auf Augenhöhe mit den Big Four erbracht werden und der „Kümmerer-Aspekt" den Kunden ein gutes Gefühl der Sicherheit bietet. So werden Leistungen wie Transaktionsberatung, Steuerberatung oder die Zertifizierung von Risikomanagementsystemen bzw. Compliance Management Systemen inzwischen nicht mehr automatisch beim Abschlussprüfer eingekauft, sondern aus den genannten, ganz grundsätzlichen Überlegungen heraus, bei den Next Ten in Auftrag gegeben.

Zugleich ist es aber gerade im Mittelstand weiterhin von großer Bedeutung, neben der klassischen Abschlussprüfung über die Beschränkungen bei kapitalmarktorientierten Unternehmen hinaus in zulässigem Umfang auch zu beraten: Nur so kann der Abschlussprüfer den mittelständischen schlanken Strukturen gerecht werden und Synergien nutzen bzw. bieten. Der Abschlussprüfer ist dort weiterhin der Business Advisor, der mit und für den Unternehmer viele seiner betriebswirtschaftlichen Fragestellungen und Probleme löst.

[1] Quelle: Eigene Erhebungen durch Baker Tilly.

Sven Brandt, Head of Group Accounting ALBA Group

Die 1968 mit anfangs sechs Mitarbeitern in Berlin gegründete ALBA ist mittlerweile mit über 7.500 Beschäftigten und einem Jahresumsatz von fast zwei Milliarden Euro einer der größten Player auf dem Markt der Abfallentsorgungs- und Recyclingwirtschaft. Im Selbstverständnis eines Umweltdienstleisters bietet die ALBA Group branchenübergreifend Lösungen für schonenden Ressourceneinsatz, nachhaltige Materialaufbereitung sowie effiziente Abfallminimierung an und leistet so einen Beitrag zum unternehmerischen Klimaschutz und zur gesellschaftlichen Konsumverantwortung.

Head of Group Accounting
Sven Brandt
ALBA Group

Ausgediente Produkte und Materialien wieder als Rohstoffquelle nutzen – als ALBA im Jahr 1968 an den Start ging, galt diese Idee als erstrebenswerte, aber realitätsferne Utopie. Von Anfang an hat ALBA in Abfällen mehr gesehen als lästige Folgen unserer Wegwerfgesellschaft und hat deshalb frühzeitig in Technologien zur Aufbereitung der darin enthaltenen Wertstoffe investiert. Schon zu Beginn der 1970er Jahre hat das Unternehmen in Berlin damit begonnen, Glas, Papier und Pappe getrennt zu sammeln und wieder zu verwerten. Von ALBA stammt das „Berliner Modell" – die Wertstofftrennung nach Materialfraktionen direkt bei den Haushalten, die ein hochwertiges Recycling erst ermöglicht und heute in ganz Deutschland angewandt wird. Für uns als großer Mittelständler mit Geschäftsschwerpunkten in Ost-Europa und Asien gilt:

Wir brauchen starke Partner an unserer Seite, um diese Ideen und unser Geschäftsmodell in die Welt zu expandieren. Dabei ist in den letzten Jahren eine Entwicklung auch bei uns zu beobachten, dass diese Berater nicht immer aus einer Big Four-Gesellschaft kommen, sondern auch bei den Next Ten-Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaften in relevanten Fachbereichen Experten sitzen, die nah am Kunden sind und uns mit ihrer Expertise beim Wachstum – national wie international – unterstützen können. So ist gerade im Non-Audit-Bereich eine Veränderung im gesamten Markt sichtbar: Nicht große Namen, sondern die handelnden Akteure mit ihren Fähigkeiten zählen. Digitalisierung, Globalisierung und das wachsende Umweltbewusstsein stärken dabei das Geschäftsmodell der ALBA Group. So sind diese Megatrends für ALBA vor allem Chancen, die es zu gestalten und zu nutzen gilt.

Megatrend 3

Weltweite Netzwerke und Internationalisierungsstrategie

Die Intensivierung der Zusammenarbeit in den weltweiten Netzwerken muss der Internationalisierungsstrategie der Unternehmen folgen: Die zunehmende Verschiebung des wirtschaftlichen Geschehens in größere und internationale Einheiten stellt Wirtschaftsprüfer vor die Herausforderung, den Jahresabschluss unter der Beachtung anderer nationaler Gesetzgebungen/Regulierungen durchzuführen. Wenn also ein Kunde global agiert, kann es nur von Vorteil sein, als Wirtschaftsprüfer ebenfalls internationale Erfahrungen und Expertise zu besitzen. Ohne ein internationales Netzwerk, beispielsweise wie das von Baker Tilly mit circa 35.000 Experten in 145 Ländern auf fünf Kontinenten, können international agierende Mittelständler heute nicht mehr angemessen betreut werden. Dies gilt in der Zukunft noch viel mehr, da die Unternehmen weiter wachsen werden und die Internationalität weiter zunimmt.

Allerdings reicht unserer Ansicht nach das Bestehen von Netzwerken auf Basis von Kooperationen in der Zukunft nicht mehr aus, um Kunden qualitativ angemessen und einheitlich betreuen zu können. Das Alignment zwischen den Netzwerkpartnern muss durch geeignete organisatorische und finanzielle Regelungen enger werden, so dass eine Zusammenarbeit wie in den Verbünden der Big Four entsteht. Nur so kann zum Beispiel eine Digitalisierungsstrategie weltweit realisiert und einheitlich umgesetzt werden. Außerdem dürfte es Netzwerken, in denen nicht das Prinzip „One Firm per Country" gilt, künftig zunehmend schwerer fallen, auch national schlagkräftig zu agieren, da weiterhin mit unterschiedlichen Standards gearbeitet wird. Es kommt also für den nationalen und internationalen Wirkungsgrad eines Netzwerkes entscheidend auf die Verbindlichkeit von zur Umsetzung vorgesehenen Initiativen sowie auf die Finanzkraft für diese Maßnahmen an. Denn ein Global Office kann beispielsweise die Digitalisierungsstrategie nur dann erfolgreich umsetzen, wenn es ausreichend Mittel dafür hat. Netzwerke, die sich allein aus Referral Fees finanzieren, können beispielsweise im Wettbewerb der Digitalisierung nicht Vorreiter sein. Hierfür ist eine an der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit gemessene, beitragsorientierte Finanzierung erforderlich. Zweifellos haben die Verbünde der Big Four hier im Moment Vorteile. Es gibt allerdings unter den Next Ten bereits Allianzen, die sich auf dem beschriebenen Weg zum Alignment in einem Verbund befinden. Diese Entwicklung kommt nicht nur durch einen gemeinsamen Marktauftritt (single branding), sondern auch durch die Pflicht zur Übernahme einer einheitlichen Prüfungsmethodik und eines einheitlichen Qualitätsmanagementsystems zum Ausdruck.

Trotz der weltweiten Präsenz der Big Four und Next Ten gibt es innerhalb der einzelnen Gesellschaften noch viel zu wenige Führungskräfte, die sich um Kunden global kümmern können und wollen. Das Denken in der nationalen Kundenbetreuung mit den (eigenen) nationalen Umsatzzielen ist immer noch viel zu stark ausgeprägt. Hier bedarf es in den Netzwerken zunächst einer Revision der Kriterien für eine Mitgliedschaft, dies vor allem hinsichtlich des Standings in nationalen Märkten, als auch hinsichtlich der Qualitätsniveaus. Darüber hinaus gilt es global denkende und agierende Lead Partner in den Netzwerken durch geeignete Auswahlprozesse, besondere Partnertrainings flankiert durch die Einführung geeigneter Bonifizierungsmechanismen, zu entwickeln. Ein Lead Partner sollte genau wissen, wen er aus welchem Land für benötigte Services bei internationalen Kunden ins Spiel bringen kann. Branchenexpertise einhergehend mit individuell zugeschnittenen Spezialthemen und einer übergreifenden Zusammenarbeit aller Bereiche zu orchestrieren ist eine große Herausforderung.

Thomas Schreiner, CFO Zollner Elektronik

Im bayerischen Zandt als Ein-Mann-Elektronikfachgeschäft vom jetzigen Aufsichtsratsvorsitzenden Manfred Zollner im Jahre 1965 gegründet, stieg der Betrieb in den letzten fünf Jahrzehnten zu einem der größten globalen Auftragsfertiger elektronischer Komponenten auf. Mit mittlerweile über 11.000 Beschäftigten und einem Jahresumsatz von mehr als einer Milliarde Euro ist die Unternehmensgruppe auf vielen Gebieten tätig: Angefangen bei der Entwicklung, Produktion und Optimierung von Medizin-, Luftfahrt- oder auch Industrieelektronik über Beratung zur digital gestützten Prozessoptimierung und analytischen Entscheidungsfindung bis hin zur pionierhaften Gestaltung von Industrie 4.0-Fabriken.

CFO
Thomas Schreiner
Zollner Elektronik AG

Als global agierender Auftragsfertiger wächst Zollner seit Jahren im zweistelligen Prozentbereich. Unsere Unternehmensorganisation muss also entsprechend mit- und weiterentwickelt werden. Für mich ist dabei der weitere Ausbau der Finanz-, Personal-, Controlling- und Rechnungslegungsstruktur von besonderer Bedeutung. Als CFO benötige ich hierfür einen Wirtschaftsprüfer, der bei der Lösung dieser Themen unterstützt. Dazu gehört die Prüfung, aber auch alle prüfungsnahen und steuerlichen Themen wie auch darüber hinaus gehende Beratungsthemen – natürlich soweit bei Familienunternehmen berufsrechtlich zulässig. Die Abschlussprüfung selbst ist nur ein Mosaikbaustein: Sie muss zeitgerecht und verlässlich ablaufen. Das heißt für mich insbesondere, dass Risiken wie in einem Frühwarnsystem erkannt werden und ich zeitnah über alle wichtigen Sachverhalte informiert werde. Dass der Wirtschaftsprüfer in seiner Berichterstattung an den Leser denkt und mir seine weltweiten Insights zu Zollner mitteilt, setze ich voraus. Klar ist allerdings auch, dass unser Wirtschaftsprüfer dies zeitgerecht nur leisten kann, wenn er bei der Prüfung moderne Tools einsetzt und die Möglichkeiten der digitalen Kommunikation nutzt. Und, da wir auch einen interessanten Preis erwarten, ist es unerlässlich, wenn die Prüfung in den einzelnen Ländern und Tochtergesellschaften skaliert nach Prüfungsumfang und Art der Berichterstattung sowie fokussiert auf wesentliche Risiken und Prüffelder vorgenommen wird. So ist das Prüfungsergebnis für mich im Land A die Bestätigung, dass der Jahresabschluss in Ordnung ist. Im Land B kann das Prüfungsergebnis für mich durchaus zusätzlich auch die Bedeutung einer Konzernrevision haben. Daher erwarten wir von unserem Wirtschaftsprüfer, dass er sich über das gesetzlich erforderliche Maß hinaus flexibel anpassen kann. Wir alle wissen, wie schwer dann dazu die konkrete Umsetzung ist. Aber gerade hier zeigt sich: Wirtschaftsprüfer ist nicht gleich Wirtschaftsprüfer. Wer dies allerdings schafft, wird meines Erachtens in der Branche der Wirtschaftsprüfung erfolgreich sein.

Megatrend 4

Produkt- und Preisdifferenzierung macht den Wertbeitrag des Wirtschaftsprüfers erfahrbar

Die Klammer für verschiedene Produkt- und Preismodelle sollte sein, dass sich durch die Digitalisierung Prozesse automatisieren und damit individueller gestalten lassen. Dadurch kann Zeit für qualitativ hochwertigere Beratungsleistungen geschaffen werden. Positiver Nebeneffekt ist eine Senkung der Herstellungskosten durch die Implementierung routinierter Prozesse.

Durch ein individualisiertes Angebotsportfolio erfährt eine Produkt- und Preisdifferenzierung wirtschaftlichen Mehrwert. Weshalb also in der Zukunft die Abschlussprüfung nicht viel stärker als bisher skaliert anbieten? Denn die Markt- bzw. Honorarsituation ist seit geraumer Zeit schwierig, da Honorare teilweise nicht auskömmlich sind, Leistungen in Abschlussprüfungen bereits inkludiert sind, die grundsätzlich separate Leistungen darstellen und außerdem Leistungen „unter Wert" verkauft werden. Da Kunden immer anspruchsvoller und gleichzeitig gute Mitarbeiter immer knapper werden, reicht die Arbeit auf Basis eines undifferenzierten Prüfungsansatzes nicht mehr aus. Vielmehr ist es erforderlich, die Erwartungshaltung der Kunden zu berücksichtigen, Mehrleistungen transparent zu machen und die „Herstellungskosten" für eine Abschlussprüfung unter Berücksichtigung der berufsrechtlichen Anforderungen weiter zu optimieren.

Kunden, die für einen minimalen Preis auch nur die gesetzlich zu erfüllenden Leistungen wollen, sollen genauso abgeholt werden wie Kunden, denen die zusätzlichen Qualitäts- und Beratungsdienstleistungen einen Aufpreis Wert sind. Bereits die bestehenden Prüfungstools und Kommunikationstechnologien ermöglichen es, dass Wirtschaftsprüfer, denen die Daten ihrer Kunden in einem Datenraum bzw. Sharepoint bereitgestellt werden, vom Büro aus mindestens genauso effizient die Prüfungstätigkeiten durchführen können wie vor Ort. Die Berichterstattung kann vom berufsrechtlichen Minimum ausgehend mehr oder weniger umfangreich und bis einschließlich des Bestätigungsvermerkes digital sein. Also liegt es nahe, Produkte wie Standard Audit, Comfort Audit und Premium Audit einzuführen und deren Umfang nach den Kriterien: Team, Prüfungszeitraum, Ort der Prüfungsdurchführung, Kommunikation, Prüfungsfeststellungen sowie Berichterstattung zu differenzieren. Klar muss allerdings sein, dass in allen Varianten erstklassige Qualität erbracht wird und dabei die berufsrechtlichen Anforderungen erfüllt werden. Nur der Komfort-Level ist jeweils unterschiedlich hoch.

Zielgruppen: Produkt- und Preismodell von Baker Tilly

Wen wollen wir erreichen?

Standard

Für alle Kunden, denen die gesetzlich zu erfüllenden Leistungen ausreichen

- Mandant „braucht“ uns nicht, ist kaufmännisch/organisatorisch gut aufgestellt
- Mandant will nur den BV
- Nicht bei Risikomandaten

Kriterien

- Betreuung durch einen Manager, keine Einbindung von Spezialisten
- Reduzierte Kommunikation während der Prüfung (ausschließlich per Mail)
- Keine unterjährigen Abstimmungen/ Termine
- Prüfung erfolgt ab Mai des Folge-jahres (kein verbindlicher Endtermin)
- Vor-Ort-Prüfung (ca. 10 %)
- Datenraum wird bereit gestellt
- Prüfungsschwerpunkte können nicht individuell festgelegt werden
- Definierte Anzahl an Prüfungsfest-stellungen (max. 5)
- Elektronischer Prüfungsbericht (Deutsch) mit gesetzlichen Mindestanforderungen (ohne Erläuterungs- oder Analyseteil)
- Erhalt regelmäßiger Newsletter, keine Teilnahme an Kundenveranstaltungen

Comfort

Für alle Kunden, die eine stärkere persönliche Betreuung wünschen

- Mandant hat quantitativ und/oder qualitativ keine ausreichenden eigenen Ressourcen für die JA-Erstellung
- Mandant wünscht stärkere (persönliche) Betreuung
- Höherer Informationsaustausch

Kriterien

- Betreuung durch einen Senior Manager, bei Bedarf werden Spezialisten eingebunden
- Bedarfsgerechte Kommunikation während der Prüfung (per Mail, Telefon oder Videokonferenz)
- Bedarfsgerechte unterjährige Abstimmungen
- Prüfung erfolgt ab April des Folgejahres (verbindlicher Endtermin)
- Vor-Ort-Prüfung (ca. 30 %)
- Datenraum wird bereit gestellt
- Prüfungsschwerpunkte können nicht individuell festgelegt werden
- Definierte Anzahl an Prüfungsfeststellungen (max. 10)
- Management Letter (geringer Umfang)
- Schlussbesprechung mit dem Rechtsunterzeichner
- Elektronischer Prüfungsbericht (Deutsch/Englisch) mit gesetzlichen Mindestanforderungen (ohne Erläuterungs- oder Analyseteil)
- Erhalt regelmäßiger Newsletter, Einladung zu Kundenveranstaltungen

Premium

Für alle Kunden, die eine intensive persönliche Betreuung sowie Flexibilität wünschen

- Risikomandate
- Mandant möchte/braucht intensive Betreuung
- Mandant hat quantitativ und/oder qualitativ wenig eigene Ressourcen für die JA-Erstellung
- „High Quality Audit“
- Flexibilität in Bezug auf Zeit und eigenen Personaleinsatz

Kriterien

- Betreuung durch einen Partner, Einbindung von Spezialisten
- Regelmäßige Kommunikation während der Prüfung (persönlich, per Mail, Telefon oder Videokonferenz)
- Regelmäßige unterjährige Abstimmungen
- Prüfungszeitraum kann individuell festgelegt werden
- Vor-Ort-Prüfung (ca. 60 %)
- Datenraum wird bereitgestellt
- Prüfungsschwerpunkte können individuell festgelegt werden
- Definierte Anzahl an Prüfungsfeststellungen (max. 20)
- Management Letter
- Schlussbesprechung mit dem Links- und Rechtsunterzeichner
- Elektronischer/gedruckter (5 Ex.) Prüfungsbericht (Deutsch/Englisch/ ggf. weitere Sprache) mit gesetzlichen Mindestanforderungen (mit Analyse-, ohne Erläuterungsteil)
- Erhalt regelmäßiger Newsletter, Einladung zu Kundenveranstaltungen

Wer nur ein Testat und dieses erst im Mai eines Jahres benötigt, der kann das Produkt Standard Audit beauftragen und bezahlt dafür einen niedrigeren Preis. Wer dagegen eine persönliche Betreuung mit Management Letter in dem von ihm gewünschten Prüfungszeitraum möchte, der muss den Comfort Audit buchen. Und wer kapitalmarktorientiert oder/und global tätig ist sowie eine ausführliche mündliche und schriftliche Berichterstattung wünscht, für den kommt der Premium Audit in Frage. Selbstverständlich gibt es beliebige Variationen dazwischen, die wie bei einer Flugbuchung oder bei einem Autokauf bestellt werden können – immer auf der Grundlage des berufsrechtlich erforderlichen Mindestumfanges und einer sehr guten Qualität – aber eben mit unterschiedlichem Komfort-Level. In der Endausbaustufe ist es sogar denkbar, dass Prüfungen über eine digitale Auftragsplattform bestellt und die einzelnen gewünschten Leistungsbestandteile individuell ausgewählt werden können. Allerdings muss einschränkend erwähnt werden, dass insbesondere für Unternehmen von öffentlichem Interesse und Unternehmen mit besonders hohem Prüfungsrisiko (beispielsweise wegen einem Going Concern Problem) aufgrund des immanenten Prüfungsrisikos ein Standard Audit oder Comfort Audit nicht in Frage kommen.

Es gilt also

Wer mehr möchte, der wird auch mehr bezahlen. Hierdurch bekommt die Abschlussprüfung beim Kunden den Stellenwert, den sie nach individueller Einschätzung verdient.

Und die Prüfungsgesellschaften können gezielter Personal vorhalten sowie Prüfungstools und die Beschäftigung besser verstetigen. Der Kunde ist also noch mehr König und der Wirtschaftsprüfer wird effizienter und effektiver.

Jürgen Pampel, CEO Voltabox AG

2011 als Ausgliederung des Geschäftsbereiches Elektromobilität der deutschen Paragon AG ins Leben gerufen, beschäftigt die Voltabox AG bereits 220 Mitarbeiter, wovon ein Drittel ausschließlich in der Forschung und Entwicklung für moderne und leistungsfähige Batteriesysteme tätig ist. Mit dem Ziel, nachhaltig die Mobilität in der Industrie zu verbessern, konzentriert sich Voltabox schwerpunktmäßig auf die Entwicklung von effizienten, elektrischen Antriebssystemen für den industriellen Einsatz bei beispielsweise Gabelstaplern, Bergbaufahrzeugen oder Transportvehikeln. Darüber hinaus werden auch hochwertige Lithium-Ionen-Batterien für die Elektromobilität der Massen gefertigt.

CEO
Jürgen Pampel
Voltabox AG

Die Voltabox AG hat sich mit ihren hochentwickelten Lithium-Ionen-Batteriesystemen in kurzer Zeit zum Wegbereiter für nachhaltige Mobilität in der Industrie entwickelt. Ihre Geschichte gründet im Willen zur Veränderung und Innovation. Das Kerngeschäft von Voltabox sind Hochleistungsbatteriesysteme für den industriellen Einsatz. Sie finden Verwendung in Gabelstaplern, Bergbaufahrzeugen, Oberleitungsbussen für den öffentlichen Personennahverkehr und fahrerlosen Transportsystemen. Dort haben sie sich schon vielfach bewährt. Daneben entwickelt und fertigt das Unternehmen hochwertige Lithium-Ionen-Batterien für den Massenmarkt. Der Schwerpunkt liegt hier derzeit auf Starterbatterien für Motorräder und Performance-Fahrzeuge sowie auf E-Bike- und Pedelec-Akkus. Um sich in diesem Wachstumsmarkt weiter erfolgreich zu positionieren, braucht es ein Wirtschaftsprüfungsunternehmen an der Seite, das diesen Weg als Business Advisor mit technischem Spezialwissen als Berater begleitet. Technisches Know-how ist dabei dringend notwendig: Denn Voltabox will auch in Zukunft schnell neue Märkte erschließen. Der Fokus liegt auf lukrativen Spezialmärkten und interessanten Nischen im Massenmarkt. Für unseren Wirtschaftsprüfer bedeutet das: Wir erwarten von unserem Partner in diesem Segment ein internationales Netzwerk, das unsere globale Ausrichtung stärkt und damit eine Abdeckung der Wachstumsmärke sicherstellt. Denn die Globalisierung wirkt auf alle Markteilnehmer. Dabei profitiert Voltabox vom veränderten Umweltbewusstsein, Technologiewandel und von weiteren Megatrends wie Elektrifizierung und Urbanisierung. Das Unternehmen will die Zukunft der Elektromobilität nachhaltig mitgestalten. Dafür setzt Voltabox auf einen effizienten Managementstil, flache Hierarchien und schnelle Entscheidungswege: Und genau das erwarten wir auch von unserem Wirtschaftsprüfer.

Megatrend 5

Der Hakelmacher ist out – der Business Advisor ist in

Geht man davon aus, dass die Digitalisierung in der Prüfungsdurchführung weiter voranschreitet und die Ansprüche der Kunden an qualifizierte Beratung weiter ansteigen, dann entwickelt sich die Rolle des Wirtschaftsprüfers weiter in die Richtung eines international ausgerichteten Beraters für Vorstand, Geschäftsführung, Beirat oder Aufsichtsrat und Gesellschafter – und dies nicht nur in Fragen der Prüfung und Rechnungslegung, sondern als Gesprächspartner auf Augenhöhe in relevanten Fragestellungen aus Wirtschaftsrecht, Steuern, Organisation, IT, Logistik oder Unternehmensführung unter besonderer Beachtung der Megatrends Digitalisierung und Globalisierung.

Der Wirtschaftsprüfer muss dann als Business Advisor die Spezialisten orchestrieren. Dazu bedarf es eines weiterentwickelten Typus des Wirtschaftsprüfers. Reines „Hakelmachen" reicht nicht. Die Finanzvorstände und kaufmännischen Geschäftsführer suchen nach Gesprächspartnern, die sich fachübergreifend mit ihnen austauschen können, weil es in vielen Fragen keine isolierten, sondern nur integrierte Lösungen gibt. So sind z. B. Rechnungslegung und Steuern zwar bedeutende, aber nur vereinzelte Teilaspekte im Rahmen einer Investition. Daher sind breite und tiefe betriebswirtschaftliche Kenntnisse erforderlich, wenn ein Wirtschaftsprüfer als Advisor gefragt sein will. Und dazu gehören in zunehmendem Maße umfassende IT-Kentnisse, insbesondere ein tiefes Verständständnis von ERP-Systemen. Kurzum: Nur wer selbst als CFO tauglich wäre, der kann mit Finanzvorstand oder kaufmännischem Geschäftsführer auf Augenhöhe sprechen. Einhergehen muss dies mit einer Qualifizierung der vorhandenen Mitarbeiterschaft in Bezug auf die IT im Audit-Bereich und die Rekrutierung neuer Mitarbeiter zunehmend aus den Fachbereichen Wirtschaftsingenieure und Wirtschaftsinformatiker.

Der Business Advisor der Zukunft

- Als Maßstab seiner Arbeit ist der Business Advisor stets mit den aktuellsten Regulierungsvorgaben vertraut – national wie international

Voranschreitende Regulierung

Jongleur der Technik

- Die Methoden von effizienter Datenanalyse, KI-gestützter Automatisierungstechniken und digitaler Kommunikationstools sind der grundlegende Instrumentenkasten des Business Advisors

- In einem sich verändernden Arbeitsumfeld, mit großer Mobilität und freieren Rahmenbedingungen ist der Business Advisor zuhause
- Er ist offen dafür, sich lebenslang weiter zu qualifizieren

Dynamisches Arbeitsumfeld

Experte der Betriebswirtschaft

- Handwerklich ist der Business Advisor ein Meister der Wirtschafts- und Steuerprüfung, kennt sich darüber hinaus auch mit modernen Internet-Geschäftsmodellen aus und kann strategische Beratung bieten

Die Folge daraus wird sein

Die Auswirkung: Anforderungsprofile und Weiterbildungssysteme bei den Wirtschaftsprüfungsgesellschaften müssen überdacht und überarbeitet werden.

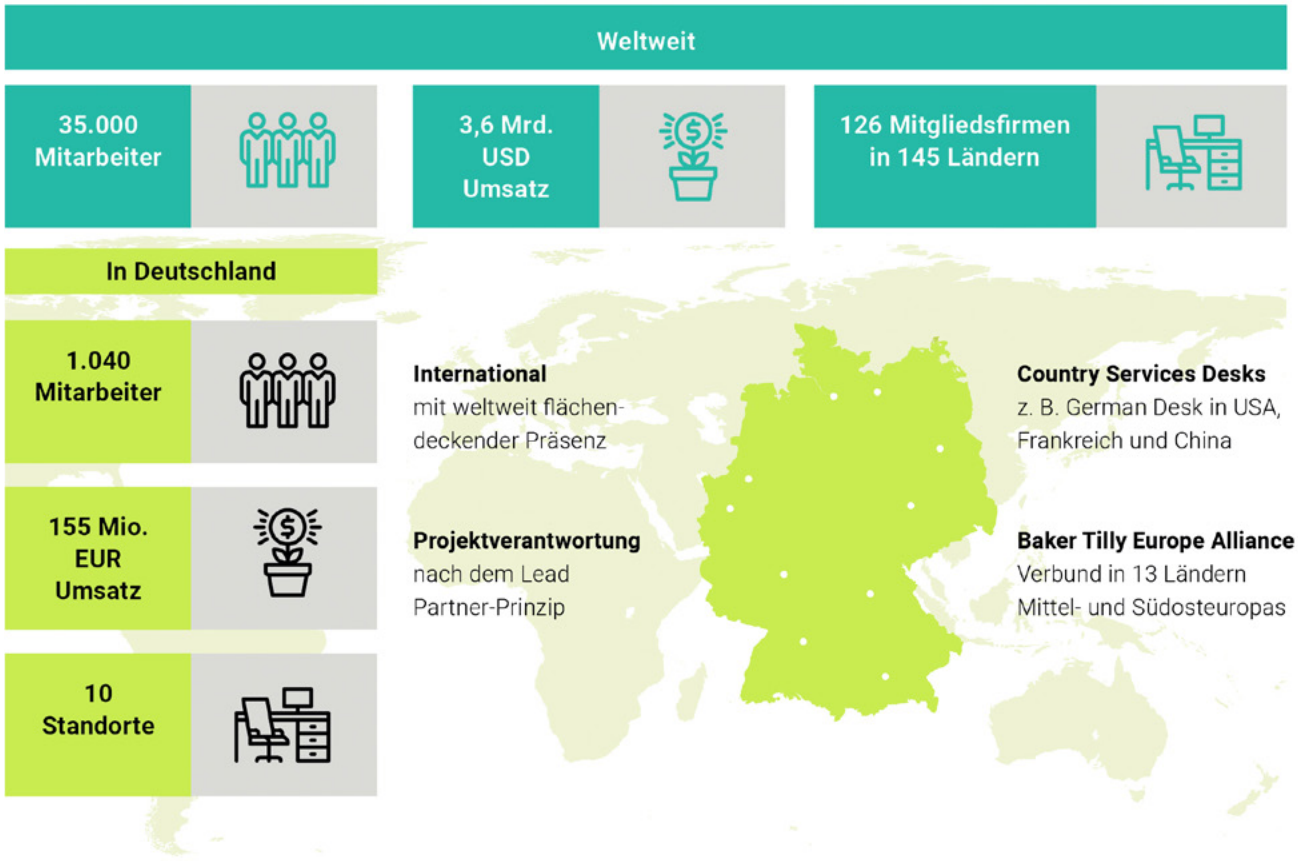
Ausblick auf die Entwicklungen im Markt

Die Anforderungen der Kunden in einer zunehmend globalisierten und digitalen Wirtschaftswelt machen auch vor der bisher eher konservativ geprägten Berufsgruppe der Wirtschaftsprüfer nicht halt: Die Wirtschaftsprüfung wandelt sich, wie aufgezeigt, gravierend:

- Die Digitalisierung wirkt auf die Geschäftsmodelle der Wirtschaftsprüfer
- Die Regulatorik verändert den Markt für Wirtschaftsprüfung
- Die Intensivierung des weltweiten Netzwerkes muss der Internationalisierungsstrategie der Unternehmen folgen
- Die Produkt- und Preisdifferenzierung macht den Wertbeitrag des Wirtschaftsprüfers erfahrbar
- Der Hakelmacher ist out – der Business Advisor ist in

Maßgeschneiderte Lösungen, individualisierte Prüfungen sowie kundenzentrierte Beratung sind für den Markterfolg notwendig, inzwischen technologisch zunehmend stärker möglich und ökonomisch geboten. Der Wirtschaftsprüfer der Zukunft wird nicht nur mit den technologischen Neuerungen Schritt halten müssen, sondern Vorreiter und Vordenker sein. Nur mit dieser Sichtweise wird es ihm möglich sein, seine Rolle in einer modernen Wirtschaftswelt im Sinne seiner Kunden wahrnehmen zu können.

Baker Tilly: Weltweit und in Deutschland



AUDIT & ADVISORY
TAX
LEGAL
CONSULTING

Ansprechpartner bei Baker Tilly

Die Beziehung zu einem Berater ist immer sehr persönlich. Auch dann, wenn die Themen rational zu sein scheinen. Doch auch bei vermeintlich sachlichen Themen wie Wirtschaftsprüfung, Rechtsberatung, Steuern und Unternehmensstrategie funktioniert erfolgreiche Beratung nur durch persönliches Engagement und auf Augenhöhe.

Prof. Dr. Thomas Edenhofer ist Partner und Head of Audit & Advisory bei Baker Tilly. Er berät seit fast 25 Jahren als Wirtschaftsprüfer und Steuerberater national und international tätige Unternehmensgruppen unterschiedlicher Branchen und Größen. Zudem ist er als Professor an der Universität Erlangen-Nürnberg tätig und referiert vor allem über die strategischen Ausrichtungen von mittelständischen Unternehmen, wie auch über Internationalisierung, Corporate Governance und Compliance. **thomas.edenhofer@bakertilly.de**

Ralf Gröning ist seit über 25 Jahren in der Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung von mittelständischen und börsennotierten Unternehmen tätig. Als Co-Managing Partner von Baker Tilly Deutschland und Mitglied im internationalen Management Board besitzt er einen ganz besonderen Blick für die Herausforderungen in der Organisation von internationalen Unternehmensnetzwerken und den damit verbundenen strategischen Entscheidungen. **ralf.groening@bakertilly.de**

Prof. Dr. Martin Pätzold verantwortet als Head of den Bereich Innovation & Research bei Baker Tilly. Er war von 2013 bis 2017 Mitglied des Deutschen Bundestages. Die Berufung an der Hochschule Mittweida hat Prof. Dr. Martin Pätzold für das Themengebiet „Wettbewerb in der digitalen Wirtschaft“ erhalten. Wissenschaftlich setzt er sich mit den Folgen der Digitalisierung für die Geschäftsmodelle von Unternehmen auseinander. **martin.paetzold@bakertilly.de**

Bildquelle: www.unsplash.com

Now, for tomorrow

Follow us:

AUDIT & ADVISORY • TAX • LEGAL • CONSULTING

Baker Tilly bietet mit 35.000 Mitarbeitern in 145 Ländern ein breites Spektrum individueller und innovativer Beratungsdienstleistungen in den Bereichen Audit & Advisory, Tax, Legal und Consulting an. Weltweit entwickeln Wirtschaftsprüfer, Rechtsanwälte, Steuerberater und Unternehmensberater gemeinsam Lösungen, die exakt auf jeden einzelnen Mandanten ausgerichtet sind und setzen diese mit höchsten Ansprüchen an Effizienz und Qualität um.

© bakertilly | 2019

bakertilly

Baker Tilly
Tel.: +49 800 8481111
kontakt@bakertilly.de

www.bakertilly.de