



Dimensionen

**Fachzeitschrift
KPMG Österreich**

Februar 2019



Schwerpunkt Rechnungswesen der Zukunft

8

Im Aufwind

Digitalisierung im Finanzbereich

14

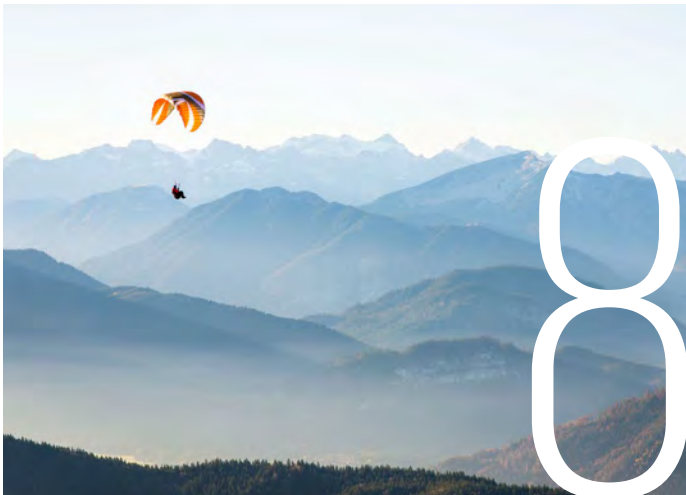
Werkzeug der Zukunft

Predictive Analytics

kpmg.at



Dimensionen Februar 2019





Schwerpunkt Rechnungswesen der Zukunft

- 8 **Im Aufwind**
Digitalisierung im Finanzbereich
- 11 **Job mit Weitblick**
CFO im Wandel
- 14 **Werkzeug der Zukunft**
Predictive Analytics
- 17 **Bitte nicht berühren**
Papierloses Accounting
- 20 **Mengen bilden**
Expected Credit Loss
nach IFRS 9
- 22 **Auf den Punkt gebracht**
IFRS-Abschluss

Beratung

- 26 **Faires Spiel**
Unternehmerisches
Wohlergehen
- 28 **Mit Sicherheit sparen**
Gastbeitrag von
Harald Podoschek
- 30 **Tendenz: steigend**
Fintechs
- 32 **Auf Augenhöhe**
Sorge um Daten
- 34 **Im Kopf der Kunden**
Kundenerlebnisse messen
- 36 **„Das Wertebild
im Unternehmen
durchgängig leben“**
Interview mit
Oliver Schmerold, ÖAMTC
- 38 **Gemeinsam Gas geben**
Automobilbranche
- 39 **Tax in aller Kürze**
Praxisbeispiele

KPMG Inside

- 42 **Neue Partner in ganz
Österreich**
Audit, Tax & Advisory
- 44 **And the KI-Award goes to ...**
YodelTalk
- 46 **4 Fragen an ...**
Shermin Voshmgi
- 48 **China Desk**
Made in Austria
- 49 **Lesbar**
Neuerscheinungen
- 50 **Eventmomente**
Nachberichte
- 52 **Nachgefragt**
Bei KPMG Partnerin
Elisabeth Rebhan-Briewasser
- 53 **Events und Seminare**
Vorschau
- 54 **Publikationen**



Sie warten nicht gerne?



Jürgen Mellitzer
jmellitzer@kpmg.at

Wir auch nicht. Umso besser, dass in der heutigen Zeit alles Schlag auf Schlag geht. Geduld gilt es nicht mehr für lange Wartezeiten aufzubringen, sondern viel eher für den ständigen Wandel und die Omnipräsenz des Begriffs „Digitalisierung“. Die Kunden und deren Bedürfnisse standen bislang im Fokus der Digitalisierungsbestrebungen der Unternehmen. Rechnungswesen und Controlling fanden zunächst weniger Beachtung.

Das hat sich nun geändert: Technologien wie Robotics, Advanced Analytics und Künstliche Intelligenz stehen nun auch auf der Agenda der Finanzvorstände. Mit unserem Schwerpunkt „Rechnungswesen der Zukunft“ rücken wir in dieser Ausgabe Ihren Finanzbereich in den Mittelpunkt. Wie wird sich dieser in den nächsten Jahren entwickeln? Auf was können Sie Einfluss nehmen und mit was müssen Sie rechnen?

Zeit für neue Aufgaben

Die CFOs haben die Tragweite der Digitalisierung und die notwendige Neuausrichtung des Unternehmens erkannt. Oft fehlt noch eine konkrete Digitalisierungsstrategie. Eines steht jedoch fest: Die Digitalisierung führt zu einer Erweiterung des Aufgabenportfolios. Neben dem fachlichen Wissen in Controlling und Rechnungswesen sollten die Finanzabteilungen in der Nutzung neuartiger Technologien bzw. moderner Methoden der Datenauswertungen sattelfest sein. Erfolgreiche Unternehmen verschmelzen zunehmend Finanzen und IT.

Der Einfluss der Finanzabteilungen wird enorm wachsen. Die CEOs werden bei unternehmensweiten Digitalisierungsinitiativen ihre CFOs verstärkt einbinden – die Finanzfunktion wird zum strategischen Partner des Vorstands.

Zeit für Kulturwandel

Die meisten Unternehmen befinden sich erst am Anfang ihrer digitalen Reise. Am Start ist es essenziell, eine klare Strategie für den eigenen Finanzbereich zu entwickeln und vor allem den Transformationsprozess aktiv zu steuern. Die Nutzung der neuen technischen Möglichkeiten erfordert zudem einen generellen kulturellen Wandel. Denn die besten Tools helfen nichts, wenn die Organisation selbst und dessen Führungskultur nicht entsprechend in das digitale Zeitalter transformiert werden.

Jetzt geht's los

Rechnungswesen der Zukunft

Digitale Lösungen halten Einzug in die Finanzabteilungen der heimischen Unternehmen. Wir zeigen Ihnen, in welche Richtung sich die Finanzfunktion entwickeln wird.





Im Aufwind

Eberhard Bayerl (ebayerl@kpmg.at), Lukas Ifsits (lifsits@kpmg.at)

Die Digitalisierung hat sich zu einem zentralen Thema auf der Agenda der Finanzvorstände entwickelt. Technologische Überlegungen stellen mittlerweile wesentliche Treiber von Veränderungen der Finanzfunktionen dar. Der potenzielle Nutzen ist fast einstimmig erkannt und es werden erste Schritte unternommen, einen Vorteil aus den neuen Möglichkeiten auch für den Finanzbereich zu erzielen.

Die Skepsis gegenüber neuen Technologien und ihren Auswirkungen geht im Finanzbereich deutlich zurück. Das zeigen aktuelle KPMG Studien zur Digitalisierung im Rechnungswesen. Im Umkehrschluss beschäftigen sich CFOs und leitende Angestellte der Finanzfunktionen proaktiv mit neuen Technologien. Digitale Pioniere haben bereits mehrere Technologietrends umgesetzt und flächendeckend im Einsatz. Es lassen sich zahlreiche Trends und Entwicklungen in Bezug auf Digitalisierung im Finanzbereich orten. Grundlage für die Analyse dieses Artikels sind die KPMG Studien „Digitalisierung im Rechnungswesen 2018“,

„Digitalisierung im Rechnungswesen 2017“ sowie „Finance 2025“.

Neue Technologien auf der Überholspur

Nach ersten Erfahrungen und Erkenntnissen im Umgang mit neuen Technologien zeigt sich nun: Derzeit werden Projekte priorisiert, welche die Voraussetzungen für weitere Digitalisierungsschritte schaffen und sicherstellen sollen. So gewinnen altbekannte Themen wie Homogenisierung der Systemlandschaft, Schaffung einer einheitlichen Datenbasis und Standardisierung von Prozessen in den Unternehmen wieder an Bedeutung. Folgendes

Sowohl große als auch kleine Unternehmen setzen sich intensiv mit den neuen Technologietrends auseinander.

Beispiel unterstreicht diesen Trend: Mit zunehmend erkanntem Potenzial von Software Bots für den Einsatz zur Prozessautomatisierung steigt auch das investierte Budget in Projekte zur Standardisierung von Prozessabläufen.

Bereits länger bekannte Themen wie Big Data-Analysertools, Self-Service-Reporting und In-Memory-Datenbanken (zB SAP Hana) gewinnen stetig mehr Beachtung und kommen zur Anwendung. Doch auch jüngere Entwicklungen und technologische Möglichkeiten haben bereits in einigen Unternehmen Fuß gefasst. Fünf Prozent der befragten Unternehmen nutzen bereits flächendeckend regelbasierte Systeme (zB Robotic Process Automation) und Virtual Reality-Tools zur Visualisierung von Kennzahlen. Sowohl die beiden genannten Technologien als auch lernende Systeme (Machine Learning) sind bei über 35 Prozent der befragten Unternehmen bereits umgesetzt oder werden zumindest diskutiert.

Neue Rollenbilder und Verantwortungen

Die Mehrheit der Unternehmen sieht bei der Frage nach Verantwortung für Ideen in Bezug auf Digitalisierungsprojekte sowie deren Umsetzung die Fachabteilungen Accounting und Controlling in der Pflicht. Ebenso will der Großteil zuerst die eigene IT-Abteilung mit der Ideenfindung sowie der konkreten Umsetzung von Digitalisierungsprojekten beauftragen. Erst in einem zweiten Schritt wollen sie externe Berater in Betracht ziehen. Im Zuge dessen zeigt sich auch, dass das Bewusstsein für die Notwendigkeit von bereichsübergreifender Zusammenarbeit steigt und mehr und mehr als Schlüsselement einer erfolgreichen Digitalisierungsstrategie gesehen wird.

Beinahe einstimmig haben Unternehmen die zukünftige Bedeutung neuer Rollenbilder wie Finance Data Scientists (Spezialist für finanzanalytische Auswertungen) und Finance Quality Manager (Prozessgestalter/Umsetzer von Qualitätsanforderungen) erkannt. Als direkte Konsequenz entwickeln sich auch die Anforderungsprofile für Mitarbeiter im Finanzbereich weiter. So sieht der Großteil der Befragten die Notwendigkeit für Prozessverständnis,

Affinität zu IT-Systemen und Know-how in Bezug auf Datenanalysen, um innerhalb der kommenden fünf Jahre zu entwickeln oder zuzukaufen. Hier zeigt sich: Die Mehrheit der Unternehmen investiert zwar in neue Mitarbeiter, noch mehr allerdings wird bereits konkret auf die Weiterbildung bestehender Mitarbeiter gesetzt. Neben den fachlichen Qualifikationen werden auch die persönlichen Eigenschaften Aufgeschlossenheit gegenüber Neuem, Flexibilität und Umsetzungsstärke als wesentliche Merkmale genannt, die bei den Mitarbeitern der Zukunft gesucht werden.

Analysen zeigen: Sowohl große (> 1.000 Mitarbeiter) als auch kleine (< 1.000 Mitarbeiter) Unternehmen setzen sich intensiv mit den neuen Technologietrends wie Big Data-Analysertools und Self-Service-Reporting auseinander. Der Anteil an großen Unternehmen, die bestimmte Technologien zumindest in Pilotprojekten im Einsatz haben, ist allgemein höher. Allerdings nutzen auch kleine Unternehmen ihren Agilitätsvorteil und haben bereits zu einem höheren Anteil neue technologiebasierte Lösungen flächendeckend im Einsatz.

Stimmungstrend: Proaktive Offenheit

Zusammenfassend lässt sich sagen: Trotz vereinzelter Unsicherheiten beim Thema Digitalisierung herrscht eine positive Grundstimmung und Offenheit in Bezug auf die zu erwartenden Entwicklungen. CFOs setzen sich im Hinblick auf eine Finanzvision 2025 aktiv mit der Digitalisierung auseinander und sind sich der Veränderung des Umfelds bewusst. Dabei gehen sie initiativ voran und streben gezielt die Entwicklung der Finanzorganisation zu einem proaktiven Business Partner an. Zudem hat sich das Bewusstsein manifestiert, dass eine umfassende Entwicklung des Finanzbereichs einen wesentlichen Aspekt in diesem Prozess darstellt. Auch die Einbeziehung der Mitarbeiter, deren Entwicklung und die ihrer Fähigkeiten sowie eine zukunftsfähige Organisationsstruktur finden zunehmend mehr Beachtung. Die Unternehmen blicken gespannt in die Zukunft und versuchen, die sich bietenden Möglichkeiten positiv zu nutzen.



Job mit Weitblick

Gernod Beckhuis (gbeckhuis@kpmg.at)

Kaum eine Rolle hat sich so stark gewandelt wie die des Chief Financial Officers (CFO). Die digitale Wirtschaft lenkt den Fokus weg von den Zahlen hin zum Aufbau einer Geschäftsstrategie. Der CFO entwickelt sich vom Finanzspezialisten zum zentralen Entscheidungsträger. ERP-Systeme wie SAP spielen dabei eine wesentliche Rolle.

CFOs müssen heute mehr denn je zum Unternehmenserfolg beitragen. Hatten sie früher vorrangig die Kontrolle der Finanzströme im Blick, müssen sie inzwischen die Finanzfunktion global steuern und deren Effizienz und Performance steigern. Ende 2018 fand die Veranstaltung „CFO-Agenda 2019 – was die CFO-Organisation im kommenden Jahr bewegen wird“ vom Controller Institut in Wien statt. Das Ziel dieses Artikels: Die Ergebnisse aus CFO-Sicht mit den technischen Entwicklungen, wie sie beim Gartner Symposium ITxpo in Barcelona und bei der SAP TechEd in Barcelona diskutiert wurden, in Einklang zu bringen.

CFO- und CIO-Agenda 2019

Die Finanzfunktion arbeitet kontinuierlich daran, den Business Support und die Performance bei gegebenen Compliance-Anforderungen zu optimieren. Die Voraussetzung dafür sind standardisierte und automatisierte Prozesse: Sie verbessern die Qualität der Daten und sorgen für erhöhte Vergleichbarkeit und Transparenz.

Für den CFO ergeben sich exemplarisch aktuelle Fragen wie:

- Welche Finanzvision kann die Geschäftsstrategie am besten unterstützen?

- Wird die Finanzvision von den Mitarbeitern der Finanzfunktion verstanden, in operationale Ziele heruntergebrochen und effektiv unterstützt?
- Welche Informationen muss der Finanzbereich dem Fachbereich zur Verfügung stellen?
- Sind die Rollen und Verantwortlichkeiten in den zentralen und dezentralen Finanzbereichen des Unternehmens klar definiert?
- Passen die Service Levels der Finanzfunktion zum Bedarf des Geschäfts?

Für den CIO ergeben sich zentrale Aufgabenstellungen wie (Gartner):

- Die Skalierung des digitalen Geschäfts macht eine Änderung des Geschäftsmodells unumgänglich.
- Aufbau und Vertiefung von Beziehungen mit Stakeholdern im Unternehmen im Rahmen der Kommunikation über den Wert der IT für das digitale Geschäft.
- Stärkung der Fähigkeiten des Unternehmens in den Bereichen
 - 1.) Volumen: Zugriff auf mehr Verbraucher und mehr Transaktionen über digitale Kanäle.
 - 2.) Geltungsbereich: Ermöglichung, den Verbrauchern die Ausführung verschiedener Dienstleistungen und Aktivitäten in Anspruch zu nehmen.

3.) **Beweglichkeit:** Steigerung der Fähigkeit, sich schnell auf Änderungen der Verbrauchernachfrage einzustellen.

Mit Zahlen in Echtzeit zum Erfolg

Bei strategischen Unternehmensentscheidungen wird erwartet, dass die Finanzabteilung die notwendigen Erkenntnisse für eine faktenbasierte Entscheidungsfindung liefert. Durch den direkten Zugriff auf Daten, die alle Aspekte des Geschäfts abdecken, kann die Finanzabteilung dieser Herausforderung nachkommen. Doch es bedarf dazu technologischer Werkzeuge wie zB die In Memory-Datenbank, Machine Learning und Künstliche Intelligenz (siehe Abbildung).

Ein Beispiel für das Zusammenspiel von CFO und CIO aus der Kreditvergabe bei PayPal: Hat ein Händler seit drei Monaten ein Geschäftskonto und nachvollziehbaren Umsatz, kann er bis zu EUR 24.999 Kredit beantragen. Nach Prüfung durch PayPal erfährt der Händler binnen Minuten, ob er einen Kredit erhält. Google und Apple haben angekündigt, derartige Services ebenfalls anzubieten. Risikoeinschätzung aufgrund von Historie und Kundendaten ermöglicht gänzlich neue Businessmodelle. Wie wichtig das Thema inzwischen geworden ist, zeigt die neuste Akquisition der SAP mit dem Kauf von Qualtrics für USD 8 Mrd. Qualtrics zählt zu den weltweiten Pionieren im Software-Bereich Experience Management (XM) und sammelt Daten zu Kunden, Mitarbeitern, Produkten und Marken.

Arbeitserleichterung: Neue SAP-Funktionen

SAP hat eine ganze Reihe von Funktionen ausgeliefert. Das Ziel: laufend präzisere, aktuellste Finanzinformationen automatisiert bereitstellen zu können. Die zentralen Value Driver aus Sicht der Finanzabteilungen sind:

Universal Journal: SAP S/4HANA vereinfacht die Architektur und Struktur von SAP-Tabellen, um Abgleichungsaufwand zu reduzieren und Berichtsfunktionen zu verbessern. Dies wird erreicht durch die Vereinheitlichung der Datenpunkte Hauptbuchhaltung (GL), Controlling (CO), Material (ML) und

Anlagevermögen (AA), die in eine einzige Tabelle namens „Universal Journal“ (Tabelle ACDOCA) gebündelt werden.

Integration von Kostenarten:

Finanzbuchhaltung (FI) und Controlling (CO) wurden zusammengeführt, um eine ganzheitliche Sicht auf das Rechnungswesen zu ermöglichen. Dadurch werden Kostenarten nicht mehr separat in CO gepflegt, sondern in das Sachkonto integriert. Die Zusammenführung von Kostenarten und Sachkonten verbessert die Integration/Abstimmung zwischen CO und FI.

Kontobasierte Profitabilitätsanalyse:

Der Ansatz basiert auf der Idee, dass das Profitabilitätsberichtsweisen auf der GuV basieren sollte. Er wird „designorientiert“ auf Kosten- und Erlöselemente in der GuV abgestimmt und über das Universal Journal genutzt.

Neue Anlagenbuchhaltung:

Das Asset-Modul wurde vollständig überarbeitet. Es ist nun möglich, Echtzeit-Abschreibungsläufe durchzuführen und alle Buchungen direkt im Universal Journal (Anlagenbuchnummer und Sachkontenreferenz) widerzuspiegeln, wodurch die Abstimmung zwischen Hauptbuch und Anlagenbuchhaltung obsolet wird.

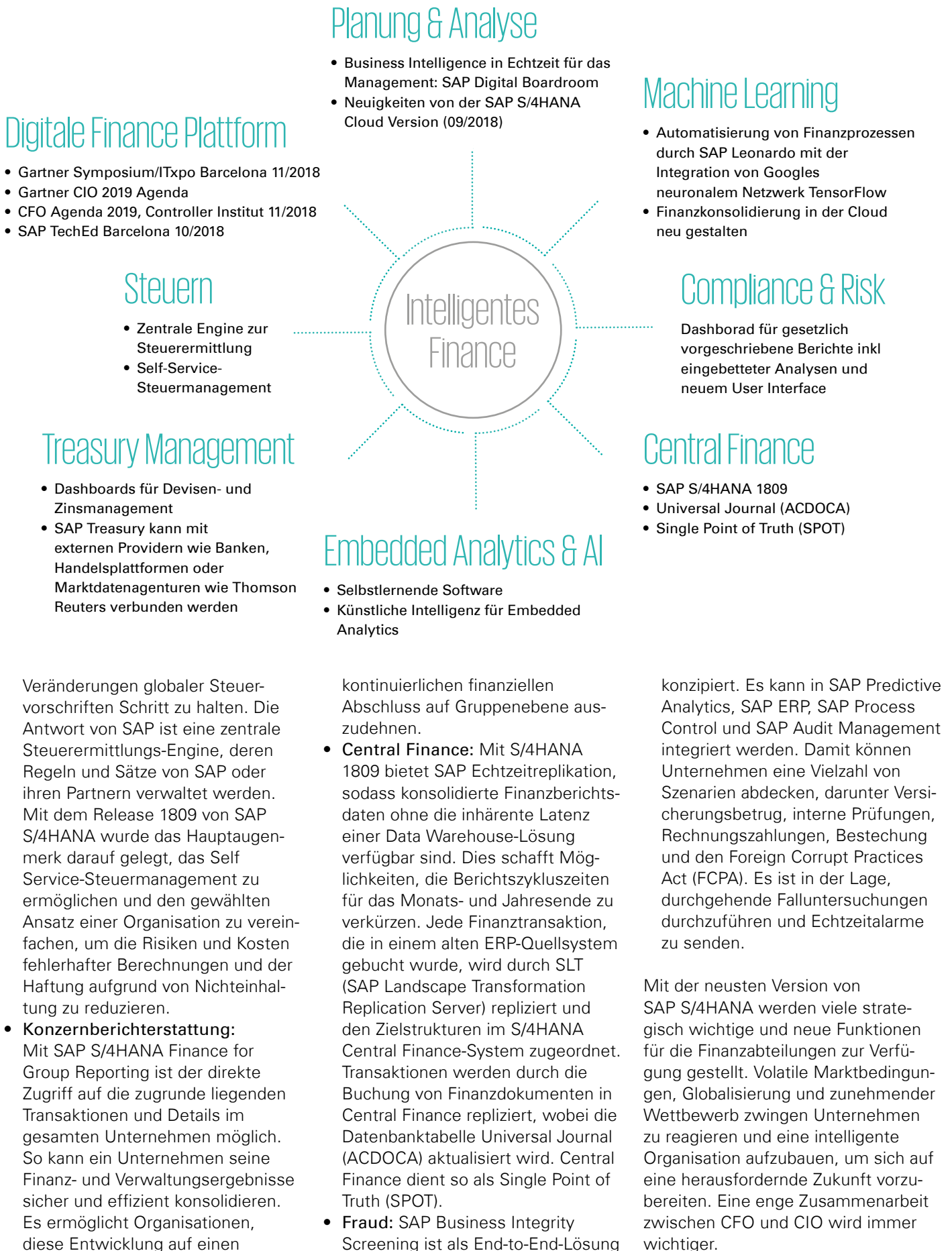
Gruppen-Reporting: SAP S/4HANA Finance nutzt für das Gruppen-Reporting das SAP S/4HANA-Universaljournal als zentrale Informationsquelle, vereinheitlicht den Gruppenabschluss mit genauen Live-Daten und ermöglicht einen Drilldown zu Einzelpostendetails in lokalen Abschlüssen und Berichten. Eine breite Palette finanzieller Konsolidierungsfunktionen bietet die notwendige Transparenz. Der Prozess des Finanzabschlusses und der Berichterstattung wird erheblich beschleunigt.

Intelligente Verbesserungen: SAP S/4HANA

Mit dem neuesten Release von SAP S/4HANA (Q3 2018) werden weitere Verbesserungen hinzugefügt, um eine intelligentere Finanzorganisation zu ermöglichen. Einige Funktionen werden im Folgenden exemplarisch vorgestellt:

- **Abstimmung der Waren- und Rechnungseingänge:** Alle relevanten Informationen werden auf einem einzigen Bildschirm zusammengefasst. Durch die Integration eines digitalen Assistenten in den Prozess erfahren Benutzer eine verbesserte Zusammenarbeit, die einen schnelleren und effizienteren Abgleich der Artikel ermöglicht. Auf Basis von Machine Learning-Funktionen wurden proaktive Empfehlungen hinzugefügt.
- **Vorausschauende Buchhaltung:** SAP fügte neue Schlüsselfunktionen hinzu, um Organisationen dabei zu unterstützen, genauere vorausschauende Erkenntnisse über ihre finanzielle Leistung zu liefern. Die Einführung von Predictive Accounting bietet Chancen, um Finanzergebnisse der Zukunft besser einschätzen zu können.
- **Margenanalyse in Echtzeit:** Die Finanzwirtschaft sucht nach besseren Instrumenten, um bessere und schnellere Entscheidungen zu treffen. SAP reagiert auf diese Anforderungen mit neuen Schlüsselfunktionen, um den Abgleich zwischen den Informationen des Management Accountings und den rechtlichen Finanzdaten für alle Szenarien zu ermöglichen.
- **Embedded Analytics:** Es wurden im ERP-System (Enterprise Resource Planning) zusätzliche Embedded Analytics-Funktionen hinzugefügt, um Nutzer dabei zu unterstützen, Erkenntnisse flexibler und effizienter zu erhalten.
- **Treasury Management:** Das Treasury Management muss dabei unterstützen, wichtige Geschäftsentscheidungen noch strategischer zu beeinflussen. Daher hat SAP neue Funktionen bereitgestellt. Neue analytische Dashboards wurden hinzugefügt, die Einblicke in kritische Bereiche wie das Devisen- und Zinsmanagement ermöglichen. Die zusätzliche Möglichkeit, SAP Treasury mit externen Providern wie Banken, Handelsplattformen oder Marktdatenagenturen wie Thomson Reuters zu verbinden, vereinfacht die Projektimplementierung und liefert Echtzeitinformationen.
- **Steuerdienst:** Es ist eine Herausforderung, mit dem Tempo der

Abbildung: Werkzeuge für Intelligentes Finance



Werkzeug der Zukunft

Eberhard Bayerl (ebayerl@kpmg.at), Wolfgang Lindner (w lindner@kpmg.at),
Armin Karovic (akarovic@kpmg.at)

Die Digitalisierung verändert Wertschöpfungsstufen und Geschäftsmodelle. Sie stellt interne Funktionsbereiche vor große Herausforderungen, natürlich auch die Finanzfunktion. Automatisiert erstellte zukunftsgerichtete Prognosen, sogenannte Predictive Analytics, ermöglichen Unternehmen proaktiv auf Marktveränderungen zu reagieren und zukünftige Ereignisse schnell und genauer zu prognostizieren.

Die fortschreitende Digitalisierung bietet die Möglichkeit, einen echten Paradigmenwechsel in der Steuerung und Planung des Unternehmenserfolgs einzuleiten. Bereits heute sehen sich die Führungskräfte mit der VUCA-Welt konfrontiert. Das Akronym stammt aus der amerikanischen Militär-Terminologie und setzt sich aus den Begriffen Volatility, Uncertainty, Complexity und Ambiguity zusammen.

Mehrwert durch Daten

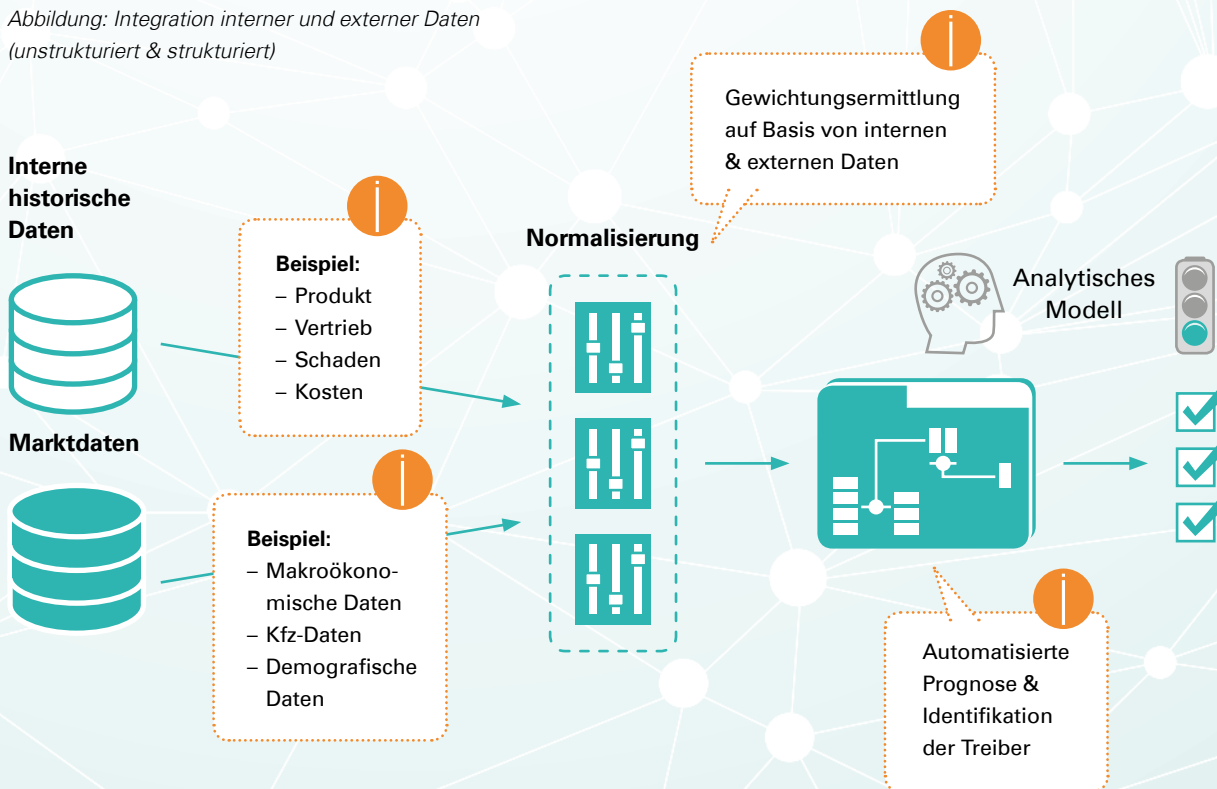
Getrieben durch die fortschreitende Digitalisierung und damit permanent steigende Datenmengen können Informationen

rasch verarbeitet werden. Damit erhöht sich aber andererseits auch die Volatilität und damit die Komplexität der Entscheidungen. Die Dynamik des Geschäftsumfeldes führt zu einer verkürzten Entscheidungsfrequenz. Deshalb bedarf es aktueller Informationen in kürzeren Zyklen, die als vorlaufende Indikatoren für Finanzkennzahlen dienen. Daten sind das „Öl des 21. Jahrhunderts“ und wollen verarbeitet, gefördert und ausgewertet werden. An dieser Stelle setzen die Methoden von Predictive Analytics an: Sie unterstützen die Unternehmen dabei, aus ihren internen umfangreichen Daten aber auch der Beisetzung externer Markt- & Wettbewerbsdaten Mehrwerte zu generieren.

Steigende Erwartungen

Laut der KPMG Studie „Global CEO Outlook Survey“ sind 85 Prozent der CEOs der Auffassung, dass die Analyse von Daten zur Erzielung profitablen Wachstums der „größte strategische Beitrag“ ist, den ein CFO einem Unternehmen bieten kann. CEOs erwarten demzufolge von ihren CFOs, dass sie Finanzdaten und Analysen zur Erschließung neuer Märkte, Produkte und Kanäle anwenden. Die verstärkte Abstimmung zwischen der Finanzplanung und der Unternehmensstrategie landet demnach unter den Top 5-Prioritäten eines CFOs. Ebenso prioritär ist somit das Erfordernis eines unternehmensweiten Businessmodells und die Definition einer eigenen Analytics-Agenda. Inhärent damit verändert sich der Fokus des CFOs: Vom reinen Blick auf Bilanz und GuV hin zur End-to-End-Betrachtung aller Bereiche der Wertschöpfungskette (zB auf Vertrieb, Produktion, Einkauf, Logistik etc). Erst dadurch kann eine aktive integrierte Unternehmenssteuerung gestützt durch die entsprechenden Finanzdaten erreicht werden.

Abbildung: Integration interner und externer Daten
(unstrukturiert & strukturiert)



Die zentralen Fragen, die sich CFOs demnach stellen müssen, sind unter anderem folgende:

- Wie kann man die Prognosegenauigkeit (Forecasting) für Nachfrage, Umsatz und Rentabilität verbessern?
- Wie verändern sich Umsatz und Profit pro Produkt/Vertriebskanal bei geänderter Kostenallokation oder auch durch gezielte Optimierungen innerhalb der Wertschöpfungskette?
- Wie wirken unsere strategischen Initiativen auf Top Line und Bottom Line?
- Welche Preisgestaltungsstrategien sollten wir anwenden?
- Welche Marktpotenziale soll man in Bezug auf das zukünftige Wachstum ins Auge fassen?

Proaktiver Zukunftsblick

Der zielgerichtete Einsatz von prädiktiven Modellen ermöglicht weitreichende Optimierungsmöglichkeiten in Hinblick auf die Unternehmenssteuerung. Bislang konnte keine eindeutige Definition von Predictive Analytics gefunden werden. In der Regel versteht man darunter den Einsatz von statistischen Methoden und Modellen, um aus internen sowie externen (unstrukturierten & strukturierten) Datenquellen nutzenstiftende Erkenntnisse abzuleiten. Auf deren Basis werden dann Wahrscheinlichkeiten zukünftiger Ergebnisse auf der Grundlage historischer Daten bestmöglich prognostiziert. Predictive Analytics ist zwar nicht unbedingt neu, doch hat der praktische Nutzen in den vergangenen Jahren durch die stetig wachsenden Datenmengen und die großen technologischen Fortschritte immens zugenommen. Allen voran in den Bereichen Machine Learning und Big

Data: Als Beispiel sei hier das Predictive Forecasting oder die Erstellung von szenarienabhängigen Prognosen genannt.

Vor dem Hintergrund einer VUCA-geprägten Unternehmenslandschaft ermöglicht Predictive Analytics, frühzeitig Chancen und Gefahren zu erkennen. Daraus werden schließlich proaktiv und zielgerichtet die entsprechenden Handlungsmaßnahmen ermittelt.

Der Predictive Analytics-Ansatz bietet außerdem die Möglichkeit, synchrone Analysen und die Verarbeitung von unternehmensexternen (bspw Rohstoffpreise, Marktentwicklungen) sowie -internen Einflussgrößen (bspw Investitionen, Kapazitäten) durchzuführen. Die daraus gewonnene Erkenntnis in Hinblick auf Geschäftsdynamik und Geschäftsmodell kann zu einer verbesserten Entscheidungsfindung genutzt werden (Abbildung). In einer Ausbaustufe lassen sich automatisierte Forecasts „auf Knopfdruck“ erstellen.

Im Rahmen der Integration von Predictive Analytics wird hierbei insbesondere dem Controlling-Bereich eine wichtige Rolle zuteil. Controller müssen bei neuen digitalen Geschäftsinitiativen über ihre traditionelle Rolle als zahlenorientierter Unternehmenssteuerer hinauswachsen und zunehmend neue Rollen übernehmen: Jene des Businesspartners mit tiefem Geschäftsverständnis und jene des Data Scientists mit Wissen über Datenstrukturen und -quellen des Unternehmens.

Bereit für die Zukunft

Die neuen Herausforderungen setzen das Controlling unter einen immensen Veränderungsdruck. Die Kernkompetenz des Controllings lag bisher in der Kontrolle, Koordination

und Planung der Unternehmensziele und der zielgerichteten Versorgung der Unternehmensleitung mit entscheidungsrelevanten Informationen. Nun rücken in Zukunft Szenario-Simulationen in den Vordergrund.

Der Einsatz von prädiktiven Analysen und Modellen beschränkt sich nicht bloß auf die klassischen Finanzprozesse der operativen und strategischen Planung. Sie werden va auch in der integrierten Simulation der Finanzprozesse mit den operativen Prozessen innerhalb der Wertschöpfungskette angewendet (zB Mengendaten aus der Produktion, Rohstoffbedarf im Einkauf, HR Daten über aktuelle Mitarbeiterentwicklungen sowie externe Marktdaten, die den Absatz beeinflussen).

Die Nutzung dieser Modelle bildet das Herzstück für die NexGen Unternehmenssteuerung. Sie ermöglicht die vollumfängliche End-to-End-integrierte Steuerung der gesamten Wertschöpfungskette sowie eine agile, proaktive Reaktionsmöglichkeit auf Marktveränderungen. Für die erfolgreiche Umsetzung einer integrierten Unternehmenssteuerung sind aus KPMG Sicht drei „kritische Enabler“ zu berücksichtigen:

1. Integrierte Datensicht und Governance

Mit der Etablierung der Governance und dem Aufbau einer integrierten Datenbasis sind diverse Herausforderungen verbunden. Es müssen einerseits die organisatorischen Voraussetzungen geschaffen werden. Das heißt: Es müssen klare Verantwortlichkeiten und eine Stelle im Unternehmen als Lead etabliert werden. Bezogen auf die Datensicht sollte eine „one source of data truth“ etabliert werden. Ferner bedarf es einer Verzahnung der strategischen Planung sowie der operativen KPIs als auch einer (Daten-)Integration aus Marktperspektive.

2. Identifikation der Key Business-Treiber

Mittels der prädiktiven Modelle können die wesentlichen Business-Treiber sowie deren Ursache-Wirkungsbeziehungen inkl der entsprechenden Sensitivitäten ermittelt werden.

3. Analysebasierter Steuerungskreislauf

Darauf basierend werden Szenarien und Simulationen entwickelt, die als eine Art „Frühwarnsystem“ Entwicklungen aufzeigen und somit die Management-Entscheidungen unterstützen. Die Ergebnisse von abgeleiteten Maßnahmen fließen wiederum in die Modelle ein, um diese über die Zeit zu optimieren und die Treffsicherheit der Ergebnisse zu erhöhen.

Vorausschauend zum Erfolg

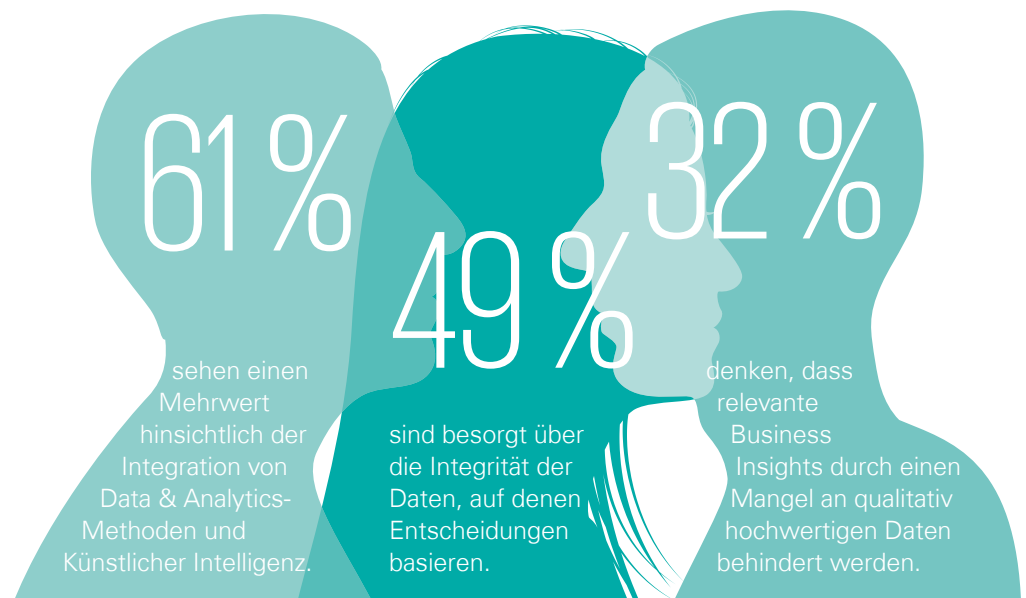
Eines ist bei der Betrachtung von NexGen Analytics Fakt: Zwar sind die technologischen Entwicklungen ein klarer Enabler für die neue Unternehmenssteuerung, jedoch ist nicht das IT-Tool am Ende der entscheidende Erfolgsfaktor. Entscheidend ist die fachliche, intelligente Entwicklung des zentralen Business-Treibermodells und dessen saubere Abbildung der spezifischen Sensitivitäten zwischen den einzelnen Treibern.

Predictive Analytics ist derzeit eines der wichtigsten Instrumente und die „neue digitale Geheimwaffe“ für den CFO und den Controlling-Bereich. Sie ermöglicht einen echten Paradigmenwechsel in der Unternehmenssteuerung. In Hinblick auf eine proaktive Steuerung bietet es die Chance, schon frühzeitig genauere Aussagen zu zukünftigen Markt- und Unternehmensentwicklungen zu machen. Daraus können letztendlich die entsprechenden Handlungsfelder für den positiven Unternehmenserfolg abgeleitet werden.

Im Kopf der CEOs



Den KPMG Global CEO Outlook Survey können Sie unter publikationen@kpmg.at anfordern.



Bitte nicht berühren

A white paper airplane is shown in flight against a clear blue sky. In the lower right corner, a hand with light blue nail polish is reaching up, fingers spread, as if trying to catch or touch the airplane. The overall scene is bright and airy, symbolizing the transition from physical paper to digital communication.

Eberhard Bayerl (ebayerl@kpmg.at), Michael Ginner (mginner@kpmg.at)

In einer Welt, in der das E-Mail längst den Brief ersetzt hat, werden immer noch nahezu alle Rechnungen weltweit in Papierform übermittelt. Daher ist ein Großteil der Buchhaltung mit der manuellen Verarbeitung von Rechnungen beschäftigt. Durch Einsatz intelligenter Automatisierung kann jedoch auch dieser Prozess größtenteils vollautomatisiert und berührungsloses Accounting erzielt werden.

Dreiviertel aller Accounting-Mitarbeiter sind mit der Zuordnung, Bearbeitung und Verbuchung von Eingangsrechnungen beschäftigt. Zu dieser Schätzung kommen branchenunabhängige Benchmarks. Es ist davon auszugehen, dass ein Mitarbeiter zwischen 10.000 und 20.000 Eingangsrechnungen pro Jahr bearbeiten kann. Mit Unterstützung von intelligenten Automatisierungslösungen ist hier eine Steigerung um das Zehnfache möglich. Der Grund: Durch diese Lösungen können über 90 Prozent aller Rechnungen „touchless“ bearbeitet werden. Da sich die intelligente Automatisierung mittels Machine Learning laufend selbstoptimiert und dazulernt, steigt konsequenterweise auch die „touchless“-Rate mit der Zeit kontinuierlich an.

Dreamteam für bessere Performance

KPMG realisiert diese intelligente Automatisierung in Partnerschaft mit einem marktführenden europäischen Fintech. Gemeinsam wird eine integrale Plattform für die intelligente Vollautomatisierung des Rechnungseingangsprozesses der Kunden zur Verfügung gestellt: Von der Digitalisierung der Rechnungen über das intelligente Auslesen bis hin zur Aufbereitung und Verbuchung in das Hauptbuch. Die Lösung kombiniert die intelligente Auslese- und Dateninterpretationslogik des Fintechs mit der Accounting-Expertise von KPMG.

Die personellen
und finanziellen
Ressourcen
können für
Datenanalyse und
-interpretation
eingesetzt werden.

Die Plattform bietet jedoch nicht nur die reine Automatisierung des Prozesses. Integriert ist auch eine Workflowkomponente für den Freigabeprozess, wobei auch die Verknüpfung mit bereits bestehenden Workflow-Lösungen möglich ist. Außerdem wird eine Analytiklösung für die detaillierte Auswertung der Einkaufsdaten auf Basis der Rechnungswesendaten angeboten (zB Lieferanten-ABC-Analysen, geografische Sourcing-Heatmaps, Anzahl Rechnungen pro Lieferant bzw auch wie viele Touches pro Rechnung je Lieferant notwendig sind). Vor allem für das Controlling aber auch für den Einkauf ist dieses Feature eine starke Ergänzung bei der laufenden Performancemessung und Wertschöpfungs-optimierung.

In 3 Schritten zum Erfolg

Wie sieht der digitale Rechnungs-Workflow mit intelligenter Automatisierung aus? (Abbildung)

Schritt 1: Digitalisierung und Identifikation der Rechnungsinhalte

Ausgangspunkt bzw Basis der intelligenten Automatisierung des Purchase-to-Pay-Prozesses (P2P) ist das Auslesen bzw die Verarbeitung der Eingangsrechnungen. Dadurch erzeugt man im ersten Schritt die Grundlage für die Verarbeitung der gefilterten Informationen.

Die Besonderheit der in der Plattform integrierten OCR-Lösung ist die integrierte Machine Learning Komponente. Dadurch ist es möglich, alle Formate und Scans korrekt auszulesen und somit die notwendige Daten-/Informationsbasis für die Weiterverarbeitung der Rechnungsinhalte zu liefern. Dies resultiert vor allem auf folgender Tatsache: Die Plattform ist in der Lage, auf Basis historischer Daten der Rechnungsverbuchungen und Stammdaten (zB Lieferanten, Kontenpläne, Kostenstellen, Steuer-codes etc) die grundlegenden Informationen selbstständig automatisch zuzuordnen und zu identifizieren.

Eine weitere Besonderheit dieser intelligenten Lösung ist die automatisierte Aufteilung von Sammelrechnungen auf Einzelposten. Dadurch ist eine kundenspezifische Verbuchung auf die

notwendigen Buchungsdimensionen wie Kostenstellenverteilungen oder Kostenartenaufteilungen möglich. Das erhöht vor allem die Analysemöglichkeiten für die Performancemessung durch automatische transparente Detailkostenzuteilung (zB Aufteilung von Leasingrechnungen, Telekomrechnungen, Fuhrparkrechnungen etc).

Schritt 2: Intelligente Verifikation und Optimierung der Informationen

Es erfolgt die Verifikation der ausgelesenen und gefilterten Informationen. Hier legt man für Rechnungen unterschiedlicher Lieferanten(-gruppen) den Vertrauenslevel fest. Wurden alle Informationen (wie zB Rechnungsnummer, IBAN, Bestellnummer etc) richtig ausgelesen, wird der Rechnung ein hoher Vertrauenslevel zugewiesen und zukünftig nicht mehr verifiziert. Sind Informationen fehlerhaft, werden die Anpassungen direkt auf der Plattform eingepflegt und das System angelernt, wie künftig diese Rechnung bzw Lieferanten(-gruppe) auszulesen ist.

Neben der Verifikation bietet die Plattform auf Basis der Erkenntnisse aus den historischen Daten auch noch weiterführende Informationen bzw die Identifikation von fehlenden Informationen. Dieses sogenannte Enrichment ist ein hilfreiches Feature. Etwa im Falle, dass Lieferanten die Angabe von kundenspezifischen Bestellnummern auf der Rechnung nicht angeführt haben bzw die Prediction durch die Lösung, welche Bestellnummer laut internem Bestellsystem eigentlich auf der Rechnung ausgewiesen werden sollte (zB PO Nummer gemäß SAP-MM Bestellung). Dies erleichtert die weitere Verarbeitung und das Clearing mit internen Bestellprozessen enorm.

Zusätzlich beinhaltet die Plattform sogenannte Validierungsregeln pro Land als Standardfunktion. Sie ermöglicht somit vor allem die grundsätzliche rechtliche Compliance-Prüfung von Rechnungen (zB länderspezifische rechtliche und steuerliche Vorgaben). Diese können natürlich angepasst bzw ergänzt werden. Zum Abschluss dieser Phase ist die Rechnung somit korrekt ausgelesen, validiert und um zusätzlich benötigte Informationen angereichert.

Schritt 3: Automatische Verbuchung der Rechnung

Im letzten Schritt der intelligenten Automatisierung erfolgt die automatische Verbuchung der Rechnungen im ERP-System. Hier werden auf Basis historischer Rechnungswesendaten die notwendigen Verbuchungsregeln automatisch ausgelesen, einmalig validiert und dann automatisiert in der Verbuchung abgearbeitet. Ein manueller Eingriff zB auf Basis eines verpflichtenden Vier-Augen-Prinzips kann hier bei Bedarf zwischengeschaltet werden. Grundsätzlich ist aber auch in diesem Schritt die „touchless“-Verbuchung das angestrebte Ziel der Unternehmen. Die Nachvollziehbarkeit aller Aktivitäten ist durch den integrierten Audit Trail transparent dokumentiert. Sollten sich Verbuchungsregeln ändern, kann dies über manuell angelegte Regeln einfach und rasch in der Plattform definiert werden. Auch die Mehrmandantenfähigkeit ist standardmäßig gegeben. Dadurch können zB für Konzerne gesellschafts- oder länderspezifische Buchungsregeln in Ergänzung zu den Konzernregeln einfach berücksichtigt werden.

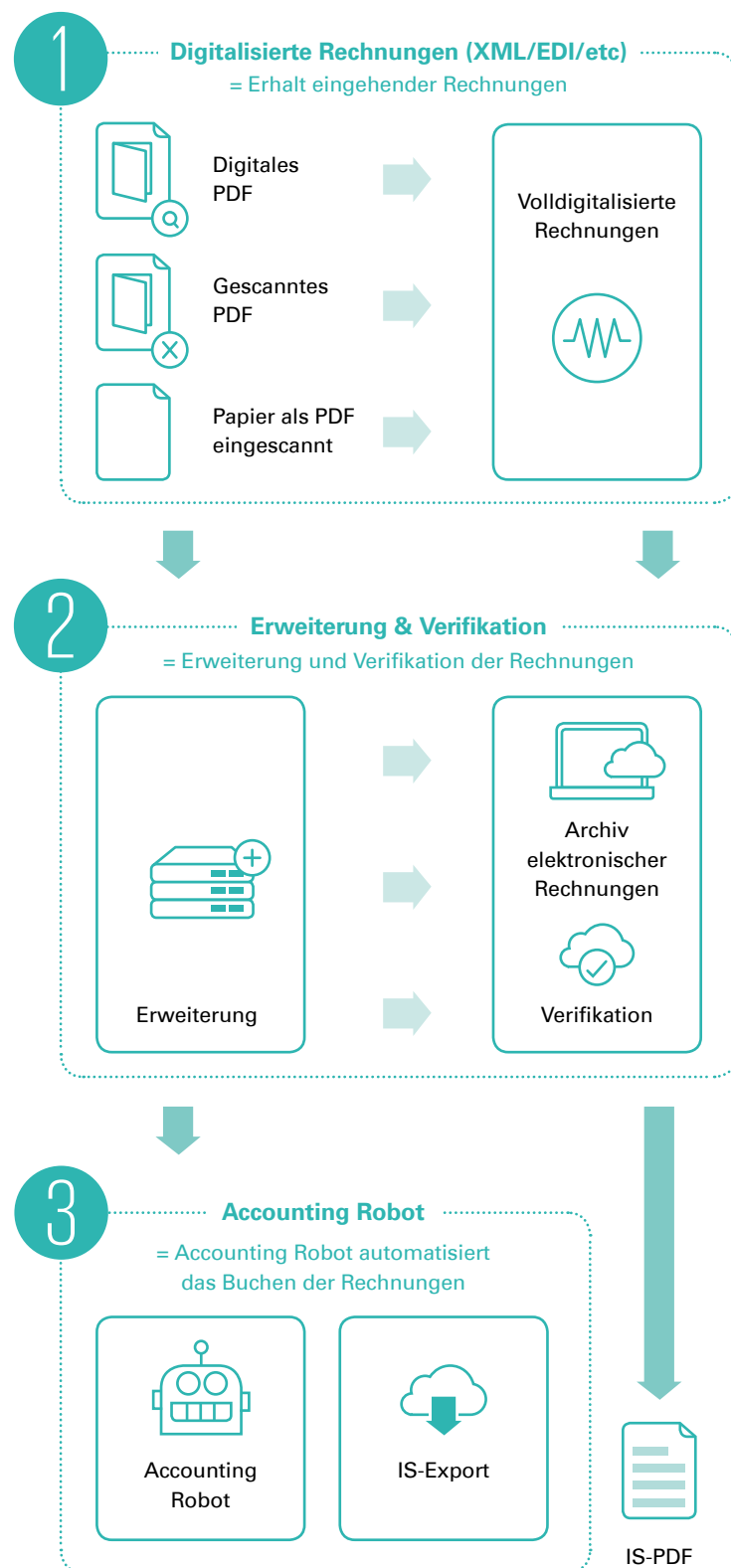
Zeit- & Geldersparnisse

Der größte Vorteil der Lösung: das Freischaufeln von derzeit gebundenen wertvollen personellen und finanziellen Ressourcen. Diese können dann für die wertschöpfende Datenanalyse und -interpretation eingesetzt werden. Neben den enormen Einsparungspotenzialen und Zeitersparnissen bietet die intelligente Automatisierung aber auch eine deutliche Qualitätsverbesserung:

- vollständigere Informationen pro Rechnung
- Nachvollziehbarkeit durch revisionssichere Dokumentation des automatisierten Rechnungsbearbeitungsprozesses
- Sicherstellung, dass der vorgegebene P2P-Prozess auch tatsächlich entsprechend exekutiert wird

Aber auch die integrierten Datenanalysemöglichkeiten für das Controlling und den Einkauf sind ein wesentlicher Vorteil für die detaillierte Performancemessung. So kann die Wertschöpfung der Unternehmen laufend optimiert werden.

Abbildung: Schritte des digitalen Rechnungs-Workflows mit intelligenter Automatisierung



Mengen bilden

Thomas Gaber (tgaber@kpmg.at), Philip Kudrna (pkudrna@kpmg.at)

Das Rechnungswesen der Banken steht vor einer Herausforderung: Große Datenmengen zum Kreditgeschäft müssen schnell kalkuliert, sinnvoll aggregiert und letztlich simuliert werden. Der Grund: Die Informationsbedürfnisse des Topmanagements zur internen Steuerung des Expected Credit Loss nach IFRS 9 sowie anzugebende externe Informationen für Investoren. KPMG QUANT.FORCE kann dabei unterstützen.

Das „Go-Live“ von IFRS 9 erfolgte am 1. Jänner 2018. Nachdem ein Jahr vergangen ist und die ersten Effekte – vor allem im Expected Credit Loss (ECL) – in den Zwischenabschlüssen der Banken veröffentlicht wurden, kann man einige Beobachtungen quer über die Bankbranche hinweg festhalten.

Rückblick auf das Vergangene

Die Höhe der ECL-Effekte aus dem Umstieg auf IFRS 9 war bei vielen Banken weniger kritisch als zu Beginn befürchtet. Dies war wohl vor allem aufgrund der positiven ökonomischen Lage und dem guten wirtschaftlichen Ausblick am 1. Jänner 2018 geschuldet. Was aber immer deutlicher wird, ist die mögliche

Volatilität der Modelle. Diese kann durchaus, wenn die Lage und der Ausblick weniger positiv erscheinen, einen hohen Hebel auf die Zahlen und somit die Ergebnisse haben. Naturgemäß stellen sich somit das Topmanagement, Investoren und nicht zuletzt Prüfer folgende Frage: Wie sensitiv bzw. volatil reagiert das jeweilige ECL-Modell auf die dahinterliegenden Annahmen und Erwartungen?

Dies wird auch in den Informationen deutlich, die aufgrund der IFRS in den Notes anzugeben sind. Hier sind grundsätzlich die quantitativen und qualitativen Informationen zum ECL nach IFRS 7.35A bis N zu beachten. Dabei fordert insbesondere IFRS 7.35I quantitative Informationen zur Erklärung der Änderungen im ECL. Diese müssen aufgesplittet werden nach a) ECL-Änderungen aufgrund von Neugeschäft, b) ECL-Änderung aufgrund von nicht-substanziellen Modifikationen, c) ECL-Änderungen aufgrund von Ausbuchungen und d) ECL-Änderungen aufgrund eines Stufentransfers von Stage 1 auf Stage 2 bzw. 3. Daneben ergeben sich Anforderungen zur Angabe der ECL-Volatilität auch aus anderen Regelungsquellen: Wesentliche Änderungen von Schätzungen sind gemäß IAS 8.39 hinsichtlich ihrer Art und ihres Betrages zu erläutern. Dies wird dann erreicht, wenn „bemerkenswerte“ Entwicklungen in der Angabe zu dem oben beschriebenen IFRS 7.35I („EWB-Entwicklung“) flankierend verbal erläutert werden. Für Posten, die mit einer wesentlichen Schätzunsicherheit behaftet sind, sehen IAS 1.125–129 gesondert Angaben vor. Diese Angaben sind insbesondere für „Schätzungen, die schwierige, subjektive oder komplexe Einschätzungen“ verlangen, zu machen. Das wird bei Banken beim ECL häufig zutreffen. Zu den erforderlichen Angaben zählen hier neben Angabe von Art und Betrag (wohlgemerkt durch IFRS 7.35I erfüllt) auch eine Sensitivitätsanalyse der Buchwerte. Diese muss in Bezug auf Methoden, Annahmen und Schätzungen unter Angabe von Begründungen/Erläuterungen sowie eine Bandbreite möglicher Entwicklungen in der kommenden Berichtsperiode angegeben werden.

Simulationen und Vorhersagen

Um diesen extensiven Informationsbedarf erfüllen zu können, hat KPMG eine Engine auf Basis der Statistik-Software „R“ entwickelt (Quantitative Forecast und Controlling Engine bzw. „QUANT.FORCE“). Diese ordnet die Veränderungen von ECL-Ergebnissen zwischen mehreren Reporting-Stichtagen einzelnen Schlüssel- bzw. Treibereffekten zu. Daraus lassen sich nicht nur Schlussfolgerungen für bereits eingetretene Veränderungen ableiten (retrospektive Analyse), sondern es können auch Simulationen getätigt werden sowie Forecasts für zukünftige ECL-Ergebnisse geschätzt werden (prospektive Analyse).

Die Logik basiert auf drei Schritten:

1. Identifizierung und Quantifizierung der ECL-Schlüsseltreiber/Bewegungsanalyse

Durch ceteris paribus-Analysen werden die Effekte der ECL-Kernkomponenten zunächst in wesentliche Teile gesplittet und quantifiziert, wie etwa: TTC-Effekt, FLI-Effekt, LGD-Effekt, Staging-Effekt, EIR-Effekt, Rating-Effekt sowie Effekt aus neuen und ausgelaufenen Transaktionen inkl. einer Bewegungsanalyse.



In der Praxis sind die ECL-Rechen-Engines oft direkt und starr mit den Buchungssystemen verbunden.

2. Sensitivität möglicher zukünftiger Entwicklung auf die ECL-Kernkomponenten

Nachdem die wesentlichen Schlüsseltreiber der ECL-Berechnung identifiziert wurden, können diese im nächsten Schritt für zukünftige Reporting Dates auf deren Sensitivität getestet werden. Interessant für die Diskussion mit dem Prüfer ist, dass damit nicht nur häufig gleichzeitig eine automatisierte Wesentlichkeitsanalyse abgedeckt ist, sondern auch die Sensitivitätsangaben in den Notes erfüllt werden können.

3. Prognose zukünftiger ECL-Ergebnisse

Die Ergebnisse aus den beiden vorangegangenen Schritten werden im dritten Schritt zusammengefügt um ECL-Prognosen zu erstellen. Dies kann über verschiedene Forecast-Methoden – wie simple qualitative Hochrechnungen bis hin zum Benutzen von autoregressiven Modellen – erfolgen.

In der Praxis sind die ECL-Rechen-Engines oft direkt und starr mit den Buchungssystemen verbunden. Die Analyse- und Reporting-Funktionalität bezüglich oben beschriebener ECL-Sensitivitäten und Volatilitäten ist häufig noch ausbaufähig bzw. – im denkbar schlechtesten Fall – gar nicht durchführbar. In Hinblick auf das „Rechnungswesen der Zukunft“ bedeutet das: Ein Rechnungswesen wird nur dann IFRS 9 ECL-Informationsbedürfnisse erfüllen können, wenn es die Herausforderung meistert, mit großen Datenmengen effizient und effektiv umzugehen zu können. Gleichzeitig müssen diese schnell und einfach in sinnvolle Analysen überführt werden können.



Auf den Punkt gebracht

Der IFRS-Abschluss ist ein wichtiger Teil der Unternehmensberichterstattung. Trotzdem sind Aufbau und Sprache des Abschlusses oft komplex und unübersichtlich. Diesem Thema trägt das IASB mit aktuellen Initiativen unter dem Projekttitel „Better Communication“ Rechnung. Das Ziel: Ein maßgeschneiderter und klarer IFRS-Abschluss für Unternehmen.

Florian Buchberger (fbuchberger@kpmg.at),
Michaela Kegel (mkegel@kpmg.at),
Günther Hirschböck (ghirschboeck@kpmg.at)

Beim Lesen von IFRS-Abschlüssen kommt oft die Erkenntnis: Durch das Übermaß an Anhangangaben und Tabellen bleibt der Fokus auf das eigentliche Wesentliche, das für das Verständnis des Unternehmens relevant ist, auf der Strecke.

Teile des Abschlusses gleichen eher einem Zahlenfriedhof und wertvolle Informationen für Investoren sind schwer herauszufiltern. Dieser Meinung ist auch das IASB (International Accounting Standards Board): Mit diversen Initiativen unter dem Motto „Better Communication“ beabsichtigt das Board, es den Unternehmen zu erleichtern, den Abschluss unternehmensspezifischer und besser lesbar zu gestalten. Das eröffnet gleichzeitig Chancen in der Unternehmenskommunikation.

Klare Worte: IFRS als Teil der Kommunikation

Ein IFRS-Abschluss ist neben anderen Bestandteilen wie Lagebericht, Management Commentary, Nachhaltigkeitsbericht und Corporate Governance Bericht ein Teil der Investorenkommunikation. Das deklarierte Ziel dieser Kommunikation: Die Übermittlung von vergangenheitsorientierten Informationen an Investoren. Ein explizites Problem ortet das IASB dann, wenn durch einen Standard vorgeschriebene Angaben gemacht werden, obwohl sie für das Unternehmen von untergeordneter Bedeutung sind und die eigentlich wesentlichen Informationen dabei untergehen. Abschlussadressaten brauchen stattdessen Informationen, die individuell auf das Unternehmen zugeschnitten sind, um eine Investitionsentscheidung treffen zu können.

Unter dem Projekttitel „Better Communication“ fasst das IASB mehrere Initiativen zusammen: Bereits abgeschlossen ist die Disclosure Initiative (Amendments to IAS 1), die eine flexiblere Gliederung von Bilanz, GuV und weiteren Primary Statements ermöglicht. Das Materiality Practice Statement stellt Guidance zu Ermessenseinschätzungen bzgl. Wesentlichkeit bereit. Der IASB beabsichtigt darüber hinaus Klarstellungen/Neuerungen im Bereich „Principles of Disclosures“ und „Accounting Policies“. In dieser Hinsicht ist auch die Initiative „Management Commentary“ des IASB zu verstehen, deren Fokus auf einer Guideline für Lageberichte liegt. Allen Initiativen im Rahmen des „Better Communications“-Projekts haben eines gemeinsam: Sie sollen einer relevanten Investorenkommunikation im IFRS-Abschluss dienen, die entscheidungsnützlich ist.

Schritt für Schritt: Besser kommunizieren

Die bisherigen Entwicklungen des „Better Communications“-Projekts können von Unternehmen bereits zum Anlass genommen werden, um maßgeschneiderter an ihrem Abschluss zu arbeiten. Eine Verbesserung des Abschlusses kann in verschiedener Intensität erfolgen. Das heißt, es muss nicht gleich eine vollständige Rundumerneuerung sein. Der Abschluss kann schrittweise vom angesammelten Ballast der Vergangenheit bereinigt und der Fokus auf die entscheidungsrelevanten Informationen der Gegenwart gelegt werden.

Folgende Maßnahmen bieten sich an:

- Häufig besteht erhebliches Kürzungspotenzial in den Notes: Etwa die Streichung von allgemein gehaltenen Formulierungen, wodurch die Lesbarkeit eines Abschlusses verbessert wird.
- Ein unmittelbares, rasch behebbares Verbesserungspotenzial besteht bei vielen Unternehmen in den zumeist in einem Kapitel zusammengefassten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden. Einerseits durch eine prägnantere und verkürzte Darstellung mit Fokus auf den für das Unternehmen relevanten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden. Andererseits wird die Lesbarkeit eines Abschlusses durch vom Unternehmen ausgeübte Wahlrechte/Ermessensentscheidungen regelmäßig signifikant verbessert.
- Eine weitere Verbesserung kann durch Zusammenfassung der einzelnen Bilanzierungs- und Bewertungsmethode in verkürzter Form mit der Anhangangabe zum jeweiligen

Das „Better Communications“-Projekt hat ein großes Ziel: Eine relevante Investorenkommunikation im IFRS-Abschluss zu ermöglichen.

Bilanz- oder GuV-Posten erzielt werden. Der Lesekomfort wird dadurch erhöht, dass der Abschlussleser direkt bei der jeweiligen Angabe die relevanten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden sowie getroffene Schätzungs-/Ermessensentscheidungen findet.

- Häufig bringt eine Veränderung der Gliederung der Notes, bspw. von einem bilanzpostenorientierten Konzept hin zu einer Gliederung nach Themen, eine Verbesserung der Lesbarkeit: zB ein Kapitel Steuern für Aspekte aus laufendem Steueraufwand, latenten Steuern, Gruppenbesteuerung etc.
- Die Freiheit, die die IFRS einem Unternehmen in der Gliederung des Abschlusses eröffnet, bietet sich dafür an, den Blick auf das Unternehmen in den Vordergrund zu stellen. Jene Informationen, die in der Unternehmenskommunikation in den Fokus gestellt werden (zB der Segmentbericht) können so deutlich im Abschluss zur Geltung kommen.
- Ein wirksames Mittel zur Stakeholder-orientierten Kommunikation ist eine stärkere Verknüpfung des IFRS-Abschlusses mit anderen Bestandteilen der Unternehmensberichterstattung. Insbesondere durch die Bezugnahme auf konkrete Inhalte der nichtfinanziellen Berichterstattung („Nachhaltigkeitsbericht“) können den Stakeholdern die im Abschluss ausgewiesenen Informationen verdeutlicht werden. Gleichzeitig können Querverbindungen zu anderen Informationen hergestellt werden.
- Mit dem Materiality Practice Statement hat das IASB Leitlinien veröffentlicht, wie das Konzept der Wesentlichkeit auf Darstellung/Anhangangaben angewendet werden kann. Unternehmen können das nutzen, um eine Reduktion der erforderlichen Anhangangaben zu erzielen.

Die gute Nachricht ist also: Es bestehen zahlreiche Möglichkeiten, bereits mit überschaubarem Aufwand eine Verbesserung der Lesbarkeit und zugleich eine Verkürzung eines IFRS-Abschlusses zu erzielen. Wer auf klare Kommunikation mit Investoren Wert legt, sollte darauf achten, dass auch der IFRS-Abschluss in dieses Bild passt. Dem Unternehmen steht hiermit ein mächtiges Kommunikationstool zur Verfügung, das optimal genutzt werden sollte.

Besser jetzt als nie

Beratung

Es wird Zeit aus dem Winterschlaf zu erwachen.
Packen Sie voller Energie neue Themen an und informieren
Sie sich zu aktuellen Trends und Entwicklungen.



Faires Spiel

Katharina Schönauer (kschoenauer@kpmg.at),
Franziska Bahl

Handelsbeziehungen sind oftmals geprägt von ungleichen Machtpositionen. Dies verleitet manche Akteure zu einem Handeln, das zwar rechtskonform aber weit entfernt von „Fair Business“ ist. Ein erster Lösungsansatz: Das Konzept des „unternehmerischen Wohlverhaltens“, Fairplay für den langfristigen Erfolg. Die österreichische Bundeswettbewerbsbehörde reagiert mit einem Maßnahmenkatalog und einer Whistleblowing-Website.

Fairplay in Hinblick auf wirtschaftliches Handeln wird nicht allein durch Regeln bestimmt. Es stellt das respektvolle Miteinander trotz Wettbewerb in den Mittelpunkt. Der Wettbewerb und seine bestehenden Marktstrukturen sind oft geprägt von Vormachtstellungen einzelner Unternehmen. Diese Überlegenheit kann ein Marktverhalten verursachen, das die Schwächeren benachteiligt. Gesetzlich sind viele dieser Situationen nicht oder nur schwer greifbar. Einen ersten Lösungsansatz legt nun die österreichische Bundeswettbewerbsbehörde vor.

David gegen Goliath

Ein Ungleichgewicht in Handelsbeziehungen kann enorme Folgen haben. Das zeigen zahlreiche Beispiele, die in den letzten Jahren an die österreichische Bundeswettbewerbsbehörde gemeldet wurden: Ein kleiner regionaler Lieferant wird von seinen Abnehmern ignoriert, durch Einschüchterung werden Vorteile und Rabatte von schwächeren Marktteilnehmern

erzwungen, vor den Geschäftsräumlichkeiten eines kleinen Anbieters werden dessen Kunden abgefangen, benachteiligende Vertragsbedingungen werden einseitig abgeändert, durch Verweigerung der schriftlichen Ausfertigung von Verträgen wird Rechtsunsicherheit herbeigeführt.

Manches ist im Wettbewerbsrecht geregelt. Betroffene Unternehmen können sich etwa auf die gesetzlichen Regelungen gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) stützen. Oftmals spielen sich diese Situationen aber in einer Grauzone ab, die vom Geltungsbereich bestehender Gesetze nicht erfasst wird. Dies ist insbesondere im Hinblick auf die Gestaltung von Lieferanten-Abnehmerbeziehungen relevant. Hier herrscht zwischen den Geschäftspartnern in der Lieferkette regelmäßig ein Ungleichgewicht, da zumeist einer der Partner bei der Gestaltung von Konditionen eine überlegene Verhandlungsposition innehat.



Es ist oft schwer abzuschätzen, ob das rücksichtslose Verhalten eines Geschäftspartners schon eine konkrete Rechtsverletzung darstellt. Manches ist zwar rechtskonform, wird aber subjektiv nicht als „Fair Business“ empfunden. Für das sich in der schwächeren Verhandlungsposition befindliche Unternehmen ist es dadurch schwer, Maßnahmen zu ergreifen. Zudem möchten sich Unternehmen oft aus bestimmten Gründen nicht als betroffen zu erkennen geben. Ein Beispiel dafür ist etwa die Angst des Verlustes der Geschäftsbeziehung, von der das Unternehmen wirtschaftlich abhängig ist. Bezeichnend ist dieses Ungleichgewicht ua für die Lebensmittelbranche: Kleine Marktteilnehmer wie Landwirte sind oftmals besonders stark von ihren Partnern abhängig.

Fairnesskatalog und Whistleblowing

Die Meldungen zahlreicher Beispiele an die österreichische Bundeswettbewerbsbehörde (BWB) führten zu einem ersten Lösungsansatz. Im Oktober 2018 wurde von der BWB ein Fairnesskatalog für Unternehmen zum Thema „Unternehmerisches Wohlverhalten“ veröffentlicht. Als Ausgestaltung des Fairplay im Geschäftsalltag zielt der Begriff des „Unternehmerischen Wohlverhaltens“ auf die Einhaltung rechtlicher und faktischer Ordnungsrahmen in der Geschäftspraxis ab.

Der Leitfaden thematisiert die Beurteilung von unternehmerischem Verhalten und beinhaltet einen Katalog von möglichen Verstößen gegen das unternehmerische Wohlverhalten. Der Fokus liegt dabei auf der Lebensmittelbranche, behandelt werden aber auch andere Branchen. Als unfaire, wohlverhaltenswidrige Geschäftspraxis eines wirtschaftlich überlegenen Unternehmens gilt etwa: „Die Weigerung, Verträge über die wechselseitig zu erbringenden Leistungen sowie Vertragsbestandteile oder die Abänderung von Verträgen in Schriftform abzuschließen“.

Der Leitfaden behandelt auch die sogenannten Listungsgebühren. Das sind jene Gebühren, die ein Handelsunternehmen regelmäßig dafür verlangt, dass ein neues Produkt günstig im Regal angeordnet und präsentiert wird. Diese Praxis wird als wohlverhaltenswidrig eingestuft, es sei denn, dem Handelsunternehmen erwächst durch die Präsentation des neuen Produkts des Lieferanten tatsächlich ein erheblicher Aufwand. Zusätzlich zum Fairnesskatalog richtete die BWB auch eine Whistleblower-Webseite ein. Dort können Fälle von unfairem Verhalten in Geschäftsbeziehungen anonym gemeldet werden.

Außerdem wird im Laufe des Jahres 2019 eine weisungsfreie Ombudsstelle für Fairness zwischen Bauern und Handel realisiert, welche anonyme Beratung, rechtliche Aufklärung, Informationsaustausch und Mediation anbieten wird.

Die Thematik der Ungleichheit von Geschäftspartnern stellt eine europaweite Problematik dar. Das zeigen verschiedene europäische Initiativen: Etwa die geplante EU-Richtlinie gegen unlautere Handelspraktiken in den Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen in der Lebensmittelversorgungskette oder die Supply Chain-Initiative.

Selbstverpflichtung und Unternehmenskultur

Im Zusammenhang mit dem Konzept des unternehmerischen Wohlverhaltens stellt sich die Frage der Verbindlichkeit. Der Leitfaden der BWB ist nicht bindend. Eine Möglichkeit zur freiwilligen Bindung an faires Geschäftsverhalten ist die Selbstverpflichtung eines Unternehmens. Eine solche kann auf verschiedene Arten geschehen: Im Rahmen eines Verhaltenskodex oder als eigenes, allgemein zugängliches Dokument. Spezielle Bedeutung kommt hier der Unternehmenskultur „tone from the top“ zu. Denn: Vertragsschlüsse mit Geschäftspartnern finden zumeist auf höherer Managementebene statt. Daher müssen sich besonders diese zu fairem Verhalten verpflichten, um die Glaubwürdigkeit gegenüber Mitarbeitern und speziell auch Lieferanten bekräftigen zu können.

Aufbauend auf der Selbstverpflichtung ist die Unternehmenskultur daran auszurichten. Eine starke Unternehmenskultur kann durch die klare Definition und Kommunikation von Werten sowohl Mitarbeiter als auch die Öffentlichkeit an sich binden. Dies betrifft auch das Verhältnis zu Geschäftspartnern: Wenn ein Unternehmen eine gelebte und von den Mitarbeitern getragene Kultur vorweisen kann, kommuniziert dies eine Beständigkeit und Vertrauenswürdigkeit nach außen. Das bietet Sicherheit für Partner und Lieferanten. Hier schließt sich der Kreis zu Fairplay: Eine starke Unternehmenskultur resultiert oftmals in verlässlichem, fairem Verhalten gegenüber Geschäftspartnern und vice versa. Eine konsistente Unternehmensführung bezüglich der Lieferkette ist öffentlichkeitswirksam und führt zu Reputations- und Wettbewerbsvorteilen. Eine solche Führung resultiert zumeist aus einer starken Unternehmenskultur und wirkt sich wiederum positiv auf eben diese aus.

Das Bekenntnis zu Transparenz, Konsistenz und Wohlverhalten wird mit guten, langfristigen Beziehungen gleich doppelt belohnt: Sowohl nach innen, gegenüber den Mitarbeitern, als auch nach außen, gegenüber den Lieferanten und anderen Geschäftspartnern.

Auf den Punkt gebracht

Eine klare Darstellung und der Zugang für jedermann sind wesentlich für die erfolgreiche Implementierung eines Wertesystems und der Kultur im Unternehmen. So wird das vorgelebte Bekenntnis, also die Selbstverpflichtung zu Transparenz, Fairness und Wohlverhalten, nach innen und nach außen greifbar und konkret. Entscheidend dabei: Eine schriftliche Verankerung der Unternehmenskultur beispielsweise in einem Code of Conduct, in einer Wertetafel oder gar einer Wertekampagne.

Die Verbindlichkeit der Regeln wird für den einzelnen Mitarbeiter und, je nach Veröffentlichungsgrad, für potenzielle Geschäftspartner mittels der Verschriftlichung zusätzlich hervorgehoben. Dadurch wird transparent und nachvollziehbar kommuniziert, welchen Verhaltensstandard ein Unternehmen sich selbst auferlegt und was diesbezüglich auch von Geschäftspartnern erwartet wird.

Mit Sicherheit sparen

Harald Podoschek (podoschek@einlagensicherung.at)

Das Sparen ist hierzulande hoch im Kurs. Einer der Gründe: Der Schutz der Sparguthaben bis EUR 100.000 durch die österreichische Einlagensicherung. Mit Jahresbeginn übernimmt die neue einheitliche „Einlagensicherung AUSTRIA Ges.m.b.H.“ die Aufgaben der bisherigen sektoralen Sicherungseinrichtungen. Ebenso entscheidend für die Stärkung und Stabilisierung des Finanzsystems: Die Bankenunion.



Harald Podoschek ist Geschäftsführer bei der Einlagensicherung AUSTRIA Ges.m.b.H.

Das Sparen ist nach wie vor die attraktivste Veranlagungsform der Österreicher. Das beweist eine aktuelle Studie der Erste Bank. Demnach haben sich die Spareinlagen bei österreichischen Banken seit 2009 von rund EUR 206 Mrd auf rund EUR 254 Mrd (2018) erhöht. Und das trotz sinkender Ertragszinsen: Der durchschnittliche Prozentsatz der Verzinsung von Einlagen hat sich seit 2010 von ca 1,25 Prozent auf ca 0,2 Prozent im Jahre 2018 vermindert.

Gut gesichert: Das neue ESAEG

Ein ganz entscheidender Grund für die Bevorzugung dieser traditionellen Veranlagungsform: Der Schutz der Sparguthaben bis EUR 100.000 durch die österreichische Einlagensicherung. Bis zum 31. Dezember 2018 waren in Österreich folgende sektoralen Sicherungseinrichtungen entsprechend dem Einlagensicherungsgesetz (ESAEG) von 2015 tätig:

- Einlagensicherung der Banken und Bankiers GmbH
- Österreichische Raiffeisen Einlagensicherung e Gen
- Volksbanken Einlagensicherung eG
- Hypo-Haftungs-Gesellschaft mbH
- Sparkassen-Haftungs GmbH

Mit Jahresbeginn nun die Veränderung: Entsprechend den Bestimmungen des neuen Einlagensicherungsgesetzes übernimmt seit 1. Jänner 2019 die neue einheitliche „Einlagensicherung AUSTRIA Ges.m.b.H.“ die Aufgaben der bisherigen sektoralen Sicherungseinrichtungen. Nur die Haftungsgesellschaft der Österreichischen Sparkassen wird weiterhin als selbständige Einlagensicherung in der Form eines institutsbezogenen Sicherungssystems geführt – der Sparkassenverbund sichert den Weiterbestand insolvenzgefährdeter Mitgliedsinstitute

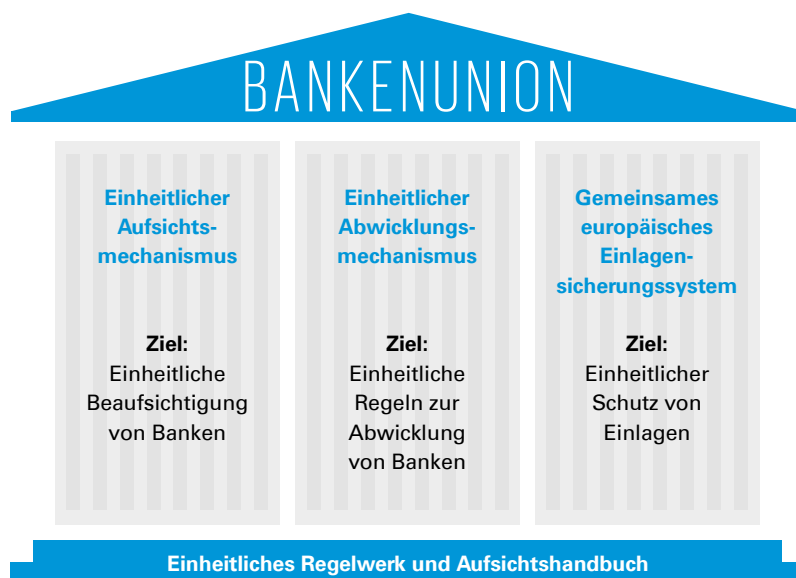
durch organisatorische und finanzielle Hilfeleistungen.

Eine stabile Kraft: Die Bankenunion

Eine Stärkung der Finanzmarktstabilität war notwendig geworden. Die Gründe liegen auf der Hand: Die Ereignisse der „Finanzmarktkrise“ seit 2007 sowie die „Staatsschuldenkrise“ in einigen europäischen Staaten seit 2010. Die Bankenunion gilt als der wichtigste wirtschaftliche und institutionelle Katalysator seit Beginn der Europäischen Wirtschafts- und Währungsunion. Sie treibt die Stärkung und Stabilisierung des Finanzsystems strategisch voran. Die Bankenunion ist ein einheitliches Regelwerk und beruht auf drei Säulen: Einheitlicher Aufsichtsmechanismus, einheitlicher Abwicklungsmechanismus und gemeinsames europäisches Einlagensicherungssystem (siehe Abbildung).

Als dritte Säule der Stabilisierung des Finanzmarktes ist ein gemeinsames europäisches Einlagensicherungssystem geplant. Der politische Wille ist vorhanden. Die Umsetzung ist jedoch eine immense Herausforderung, die wohl noch Jahre dauern wird. Bis dahin wird die bestehende nationale Einlagensicherung diese Schutzfunktion erfüllen müssen.

Abbildung: Die drei Säulen der Bankenunion



Quelle: Oesterreichische Nationalbank

Der Sparer im Zentrum

Durch die Zusammenlegung in die neue einheitliche Einlagensicherung AUSTRIA Ges.m.b.H. wurde ein weiterer wichtiger Schritt zur Vereinheitlichung und Stärkung der Finanzmarktstabilität getätigt. Was sind nun die Kernelemente der neuen einheitlichen Einlagensicherung? Entsprechend den gesetzlichen Grundlagen, der EU-Richtlinie (Deposit Guarantee Schemes Directive) und dem ESAEG, können die wesentlichen Elemente folgendermaßen definiert werden:

- Höchstbetrag der gedeckten Einlagen: EUR 100.000 je Kunde und je Kreditinstitut
- Höchstbetrag für Einlagen iZm Transaktionen von privat genutzten Wohnimmobilien und von gesetzlich vorgesehenen sozialen Zwecken: EUR 500.000 je Kunde und je Kreditinstitut
- Bei einem Sicherungsfall (Insolvenz eines Kreditinstituts) hat die jeweilige Einlagensicherung binnen sieben Tagen auszahlungsbereit zu sein. Die Auszahlung der Guthaben an die Einleger (Sparer) erfolgt antragslos. Der Sparer erhält von der Sicherungseinrichtung ein Schreiben mit der Bitte um Bekanntgabe eines Bankkontos,

auf das die Entschädigungssumme einzubezahlen ist.

- Einlagensicherungsfonds: Bis 3. Juli 2024 hat jede Sicherungseinrichtung über verfügbare Finanzmittel in Höhe von mindestens 0,8 Prozent der gedeckten Einlagen linear anzusparen.
- Veranlagung der Fondsmittel entsprechend den gesetzlichen Vorschriften
- Aufbringung von zusätzlichen Finanzmitteln für die Abdeckung der gesamten Entschädigungszahlungen:
- Wenn die vorhandenen Fondsmittel nicht ausreichen, die Entschädigungszahlungen zugunsten der Einleger (Sparer) abzudecken, können Sonderbeiträge in Höhe von höchstens 0,5 Prozent der gedeckten Einlagen jährlich von den solventen Mitgliedsinstituten eingefordert werden.
- In Ausnahmefällen können mit Genehmigung der Finanzmarktaufsicht zusätzlich noch weitere erhöhte Sonderbeiträge von den Mitgliedsinstituten eingefordert werden.
- Wenn auch die Einhebung erhöhter Beiträge die erforderliche Entschädigungssumme nicht erreicht, kann die Republik Österreich im Rahmen eines Sondergesetzes die Gewährung einer Bundshaftung für die Aufnahme eines Kredites durch die Sicherungseinrichtung zur Verfügung stellen.

- Im Konkursverfahren der insolventen Bank nimmt die Einlagensicherung eine bevorzugte Stellung vor allen Gläubigern ein.

Neue Herausforderungen: Einlagensicherung AUSTRIA

Die Anforderungen an die neue einheitliche „Einlagensicherung AUSTRIA Ges.m.b.H.“ erhöhen sich gegenüber den früheren Aufgaben wesentlich. Insbesondere durch die Zusammenlegung der vier Sektoren hat sich auch die Anzahl der Mitgliedsinstitute auf rund 500 Banken erhöht.

Entsprechend dem Geschäftsmodell („Core Principals“) „Pay Box-plus“ hat die Sicherungseinrichtung folgende Kernaufgaben zu erfüllen:

- Aufbringung der finanziellen Mittel, um die Entschädigungszahlungen an die Sparer durchzuführen.
- Die termingerechte und ordnungsgemäße Abwicklung von Sicherungsfällen (Bankinsolvenzen).

Die Einlagensicherung Austria hat bereits die erforderlichen Schritte umgesetzt, um den Anforderungen gerecht zu werden:

- Erhöhung der Mitarbeiterzahl und Erweiterung der Infrastruktur (Büroräumlichkeiten, IT, Dienstleister etc)
- Einrichtung eines Frühwarnsystems zur Identifizierung, Vermeidung und Verringerung von Risiken iZm den o.a. Kernaufgaben.
- Ständiges Testen und Verbessern der bereits entwickelten Abläufe des Entschädigungsprozesses sowie der vorhandenen Ressourcen.
- Laufende Kommunikation mit den Mitgliedsinstituten und den Aufsichtsbehörden.

Seit 1. Jänner 2019 hat die neue einheitliche Sicherungseinrichtung ihre Tätigkeit als Einlagensicherung aufgenommen. Gemessen an den gedeckten Einlagen (rund EUR 170 Mrd) ist sie die neuntgrößte Sicherungseinrichtung im EU-Raum. Die Bedeutung und Wirkung der österreichischen Einlagensicherung für die Stärkung der Finanzmarktstabilität beweist auch folgende Tatsache: Der letzte Sicherungsfall in Österreich fand vor rund 16 Jahren statt.

Tendenz: steigend

Von Digital Payments über Insurtech bis hin zu Neo-Banking: Fintechs verändern die Finanzdienstleistungsbranche auf der ganzen Welt radikal. Das zeigt die aktuelle Erhebung „FinTech100“, ein globales Ranking, das die erfolgreichsten Fintechs weltweit listet. Wie bereits in den Vorjahren zeigt die Studie eindeutig: Chinesische Unternehmen führen mit ihren Geschäftsmodellen die Liste an.



Die Top Ten

1. Ant Financial, China
2. JD Finance, China
3. Grab, Singapur
4. Baidu (Du Xiaoman Financial), China
5. Sofi, US
6. Oscar Health, US
7. Nubank, Brasilien
8. Robinhood, US
9. Atom Bank, UK
10. Lufax, China

Der jährliche Report „FinTech100“ wird von KPMG gemeinsam mit H2 Ventures erstellt. Er umfasst einerseits 50 etablierte Fintech-Unternehmen („Top 50“), andererseits ebenso viele „Emerging Stars“ der Szene, also neue Anbieter am Markt mit besonders aussichtsreicher Zukunft und bahnbrechenden Ideen. Das Ranking basiert auf Kennzahlen wie etwa Innovation, Aktivität der Kapitalbeschaffung, Größe oder Reichweite.

Ein weltweiter Trend

Gleich drei der „Top 5“-Plätze des KPMG Rankings stammen aus China. Die Stockerlplätze gehen an Ant Financial, gefolgt von JD Finance (beide aus China) sowie Grab (Singapur). An vierter Stelle des Rankings befindet sich das Unternehmen Baidu (China), auf Platz fünf das US-amerikanische Fintech Sofi.

Doch Fintechs sind ein globales Phänomen. Die Unternehmen der „FinTech 100“-Liste stammen aus insgesamt 36 Ländern. Der weltweite Wettbewerb weitet sich somit immer stärker aus. Zum Vergleich: Im Vorjahr stammten die gelisteten Unternehmen lediglich aus 29 Ländern der Welt. Der Großteil der Fintechs, nämlich 41, wurde in Schwellenländern gegründet und agiert auch in diesen.

Amerikanische Fintechs sind im Ranking am häufigsten vertreten: Knapp 20 Prozent der Unternehmen auf der „FinTech100“-Liste stammen aus den USA (18), gefolgt von Großbritannien mit zwölf Unternehmen und China mit elf Fintechs.

Am Stockerl ganz oben

Generell sind Fintechs, die sich auf Zahlungsdienstleistungen spezialisiert haben, am häufigsten gelistet: 34 der hundert Fintechs des Rankings agieren im Payment-Bereich, 14 in der Vermögensverwaltung und zwölf im Versicherungssektor. Sogenannte „Multis“, also Fintechs, die eine breite Palette an Finanzdienstleistungen anbieten, dominieren das Ranking.

Auch das erfolgreichste Fintech-Unternehmen Ant Financial zählt zu dieser Kategorie. Das Unternehmen ist nicht nur Betreiber des Bezahl-dienstleisters Alipay sondern vergibt Kredite, bietet Veranlagungs-Lösungen und betreibt einen der größten Geldmarktfonds.

Die Lage in der Heimat

Fintechs aus Österreich sind im globalen Ranking zwar nicht vertreten, doch auch hierzulande gelten sie als erfolgreicher Innovationsmotor für die Branche. Fintechs sind ein noch relativ junges Phänomen auf dem österreichischen Kapitalmarkt und sorgen für frischen Wind in der Branche. Sie haben einen entscheidenden Vorteil: Sie bedienen veränderte Kundenbedürfnisse, etwa bei der Kreditvergabe oder bei Überweisungen, schneller und effizienter als traditionelle Banken. Das Potenzial von Fintechs haben längst auch die heimischen Finanzdienstleister erkannt: So kommt es in Österreich verstärkt zu Kooperationen oder Investitionen, um Innovationen gemeinsam voranzutreiben.

Auch in Österreich gelten Fintechs als Innovationsmotor in der Branche.



Die KPMG Studie „FinTech 100“ kann unter publikationen@kpmg.at angefordert werden.

Auf Augenhöhe

Daten sind das „Öl der Zukunft“, denn sie helfen den Unternehmen, individuellen Kundenbedürfnissen nachzukommen. Doch Konsumenten sind besorgt um ihre Daten und immer weniger geneigt, diese an Unternehmen weiterzugeben. Eine KPMG Studie zeigt: Unternehmen müssen beim Thema Big Data umdenken und sich Vertrauen durch Transparenz erarbeiten.

Die Konsumenten von heute heißen neue Technologien willkommen, sind jedoch gleichzeitig besorgt über die Datensammlung der Unternehmen. Zu diesem Ergebnis kommt die KPMG Studie „Me, my life, my wallet“, die weltweit das Verhalten von 25.000 Konsumenten untersucht. Die gute Nachricht für Unternehmen: Die Mehrheit der Konsumenten ist trotz Datenskandalen und zunehmender Sorge gewillt, Daten unter gewissen Voraussetzungen zu teilen. Zahlreiche Unternehmen verfolgen derzeit die Strategie, möglichst viele Daten über Verbraucher zu sammeln. Das Ziel dabei: Die Konsumenten besser zu verstehen und ihnen personalisierte Kundenerlebnisse zu bieten. Denn jene Unternehmen, die ihre Kunden verstehen, können auch mögliche Zukunftstrends früher erkennen und darin investieren.

Eine Frage der Generation

Rund die Hälfte (47 Prozent) der befragten Konsumenten ist um die eigenen Daten besorgter als noch vor einem Jahr. Ein Viertel der Befragten

(24 Prozent) lehnt es ab, mit den eigenen Daten zu handeln. Hier zeigt sich jedoch ein Generationenunterschied: Die Millennials (19 Prozent) sind eher geneigt, Daten an Unternehmen preiszugeben als die Generation der Baby Boomer (8 Prozent). Die jüngere Generation erwartet sich dadurch anspruchreichere Produkte und Dienstleistungen.

Die Hälfte aller Konsumenten (51 Prozent) macht sich Sorgen über das Thema Identitätsdiebstahl. Knapp drei Viertel (72 Prozent) vertraut in Hinblick auf Social Media niemandem. 42 Prozent der Konsumenten haben in den letzten 12 Monaten die Privatsphäre-Einstellungen auf Social Media-Kanälen aktualisiert.

Die Studie zeigt, dass jüngere Konsumenten ebenso besorgt um ihre Daten sind wie ältere. Sie sehen jedoch auch die Vorteile, die das Teilen von Daten mit Unternehmen bringt: ein personalisiertes Kundenerlebnis sowie individualisierte Produkte und Dienstleistungen.

Daten sind keine Einbahnstraße

Unternehmen müssen dieser Skepsis jedoch keinesfalls untätig gegenüberstehen, verrät die Studie. Sie können das Vertrauen ihrer Konsumenten gewinnen, indem sie einige Grundregeln in Hinblick auf Datentransparenz befolgen. Das bedeutet: Unternehmen müssen offen kommunizieren, warum sie bestimmte Daten abfragen und wie sie diese schützen. Die wichtigste Erkenntnis: Datensammlung ist nicht mehr als Einbahnstraße zu sehen – im Gegenteil: Die Konsumenten verlangen dafür einen nachhaltigen Vorteil.



Die KPMG Studie „Me, my life, my wallet“ kann unter publikationen@kpmg.at angefordert werden.

Ich
bin
Patin.

kinder
not
hilfe



www.kindernothilfe.at
01 / 513 93 30



CZERNY
PLAKOLM

Ursula Strauss,
Schauspielerin.



Im Kopf der Kunden

Das Kundenerlebnis messen – klingt nicht nur kompliziert, sondern ist es auch. Die KPMG Studie „Was Kunden begeistert“ zeigt anhand von sechs Säulen, welche Unternehmen bei den Österreichern besonders beliebt sind.

Customer Experience hat bereits in vielen Unternehmen einen hohen Stellenwert. Doch worum geht es dabei überhaupt? Kurz gesagt: Customer Experience ist das Grundverständnis, seine Kunden in den Mittelpunkt zu stellen und in den relevanten Dimensionen eine positive Erfahrung („Experience“) zu bieten. Die aktuelle Studie „Was Kunden begeistert“ widmet sich den wichtigsten Fragen rund um das Kundenerlebnis: Wie treffen die Konsumenten ihre Entscheidungen? Welche Unternehmen überzeugen sie am meisten und welche Branchen bieten das beste Erlebnis?

Aller guten Dinge sind 6

Das Studienschema basiert auf jahrelangen Erfahrungen des KPMG Experience Excellence Centers, eines der weltweit führenden seines Feldes. Um ein grundlegendes Verständnis dafür zu entwickeln, warum sich Kunden

für eine Marke oder ein Unternehmen entscheiden, wurden von KPMG Nunwood sechs fundamentale Komponenten definiert: „The Six Pillars of Customer Experience Excellence“. Die sechs Säulen des Kundenerlebnisses – Personalisierung, Zeit & Aufwand, Erwartung, Integrität, Problembehandlung und Empathie – haben sich aus jahrelangen Recherchen und mehr als zwei Millionen Evaluierungen weltweit in verschiedenen Märkten und Branchen herauskristallisiert. Durch sie wird das Kundenerlebnis identifizierbar und messbar.

Unternehmen erleben

Im Zuge der Digitalisierung ist es für Kunden viel leichter geworden, Marken zu vergleichen, neue zu entdecken und auf mehreren Kanälen Erfahrungen zu sammeln. Es reicht nicht mehr aus, die gestern artikulierten Erwartungen der Kunden heute

zu erfüllen. Unternehmen müssen vorhersehen, welches Kundenerlebnis sie morgen bieten müssen, um für ihre Kunden relevant zu bleiben.

Den Top 15-Unternehmen in Österreich gelingt das. Sie liegen in allen Säulen in ihrer jeweiligen Branche über dem Durchschnitt. Allen voran der ÖAMTC. Der österreichische Automobil-, Motorrad- und Touring-Club belegt bei den österreichischen Teilnehmern den ersten Platz. Wie wichtig Customer Experience ist und welche Initiativen gesetzt werden, berichtet Oliver Schmerold, Direktor des ÖAMTC, im Interview auf der nächsten Seite. Den zweiten Platz im Ranking belegt Swarovski, gefolgt von Hofer und Erste Bank.

Integrität hoch im Kurs

Die österreichischen Ergebnisse zeigen, dass die wichtigste Säule des



Die Publikation „Was Kunden begeistert“ kann unter publikationen@kpmg.at angefordert werden.

Die Mitarbeiter sind meist ausschlaggebend für das Kundenerlebnis.

Kundenerlebnisses für alle untersuchten Marken „Zeit & Aufwand“ ist. Auffallend hierbei: Die zwei am besten bewerteten Unternehmen in Österreich – ÖAMTC und Swarovski – weisen nicht „Zeit & Aufwand“ als führende Säule auf. Sie wurden beide in Hinblick auf die Säule „Integrität“ am höchsten bewertet. Integrität ist eine der wichtigsten Stärken in der Kundenbeziehung und gleichzeitig einer der bedeutendsten Aspekte für das Gesamterlebnis des Kunden.

Mitarbeiter schaffen Erlebnisse

Die Ergebnisse des Reports zeigen klar, dass die Mitarbeiter meist ausschlaggebend sind für das Kundenerlebnis. Dreizehn der ersten fünfzehn Top-Unternehmen erhielten ihre hohe Bewertung aufgrund ihres freundlichen und kundenorientierten Personals. Zwar haben diese Unternehmen auch effiziente, digitale Kanäle – für

die österreichischen Kunden sind es aber die Mitarbeiter, die ihnen das Erlebnis bieten.

Darüber hinaus weisen die Ergebnisse der Befragung auch darauf hin, dass die Steuerung der Kundenerwartungen einen großen Einfluss auf die Zufriedenheit hat. Die Unternehmen mit den besten Bewertungen sagen ihren Kunden deutlich, was sie von ihren Produkten und Leistungen erwarten können. Wird klar kommuniziert, dann haben die österreichischen Konsumenten auch das Gefühl, dass ihre persönlichen Bedürfnisse berücksichtigt werden.

Kunden verstehen

KPMG hat vor acht Jahren begonnen, Konsumenten über ihre Erlebnisse mit Unternehmen zu befragen. Hier zeigt sich folgende Entwicklung: Unternehmen, die die Art und Weise

ihrer Leistungserbringung nicht verändern, fallen in der Bewertung zurück.

Die österreichischen Unternehmen sind gut beraten, die Mitarbeiter ins Zentrum ihrer Bemühungen zu rücken, denn: Mitarbeitererlebnisse sind der Schlüssel zu Kundenerlebnissen. Bekommt das Personal mehr Freiheit und Verantwortung, spürt meist auch der Kunde diese positive Entwicklung.

Ein weiterer Erfolgsfaktor wird sein, den Kunden individuell zugeschnittene Lösungen anzubieten. Für ein personalisiertes Leistungsangebot ist es notwendig, Kundendaten so auszuwerten, dass sie neue Erkenntnisse liefern. Die Informationen aus den Kundendaten sollten sich in Zukunft in Echtzeit den Bedürfnissen der Kunden anpassen, ohne dass diese ihre Wünsche selbst preisgeben müssen.

„Das Wertebild im Unternehmen durchgängig leben“

Die Österreicher haben entschieden: Der ÖAMTC bietet das beste Kundenerlebnis. Im Interview mit Oliver Schmerold, dem Direktor des ÖAMTC, erfahren wir, welche Aktivitäten in diesem Bereich gesetzt werden und wie der Erfolg davon gemessen wird.

Wie erklären Sie sich das gute Ergebnis im Rahmen der Studie? Auf welchen Säulen basiert Ihr Erfolg?

Zunächst freut uns, dass das Ergebnis der Studie unsere Marktforschungen bestätigt. Dabei wäre es zu kurz gegriffen, bei unseren Mitgliedern nur von „Kunden“ zu sprechen. Sie sind vielmehr aktiver Teil unseres Mobilitätsclubs, was eine enorme Identifikation mit dem Unternehmen schafft. Durch Innovationen erweitern wir laufend unser Dienstleistungsangebot, der Zugang zu allen Informationen und Kompetenzen des Clubs ist möglichst einfach – damit ist der ÖAMTC stets als Begleiter im Alltag und Garant für Mobilität präsent. Möchte man eine der sechs Säulen besonders hervorheben, ist es die Integrität, die von Beginn an einen Grundstein für unseren andauernden Erfolg bildet. Vertrauen gehört seit Jahrzehnten zum unverrückbaren Grundsatz des ÖAMTC und findet sich stabil in unseren Imagewerten wieder.

Wie wichtig sind Ihnen Kundenerlebnisse? Mit welchen Initiativen steuern Sie Kundenzufriedenheit?

Positive Kundenerlebnisse sind gerade für den ÖAMTC mit seinem breiten Leistungsportfolio ein zentrales Ziel. Wir sind ja schon lange nicht mehr „nur“ Pannenhelfer, sondern werden immer stärker als Partner in allen Mobilitätsfragen wahrgenommen und bieten die unterschiedlichsten Leistungen in diesem Bereich an. Die Kundenzufriedenheit wird bei uns

wesentlich von der Qualität im direkten Mitgliederkontakt bestimmt, der oft ein Notfall ist. Der Qualitätseindruck wird geprägt von der Länge der Wartezeiten – sei es bereits beim Anruf, dann bis zum Eintreffen des Pannenfahrers oder auch auf einen technischen Prüftermin. Ebenso wichtig sind der persönliche Kontakt und die fachliche Hilfestellung. All diese Parameter werden daher akribisch beobachtet und regelmäßig aufgearbeitet. Intensive Schulungen und bestmögliche Unterstützung für alle Mitarbeiter, die im Kundenkontakt stehen, sind für uns selbstverständlich.

Eine weitere Initiative in Sachen Kundenzufriedenheit ist die Customer Journey, vorwiegend für neue ÖAMTC-Mitglieder. Durch umfassende Print- und Mailing-Kampagnen wird das breite Portfolio des Mobilitätsclubs bekannt gemacht, was schlussendlich ebenfalls die Zufriedenheit mitbestimmt.

Wie wird sichergestellt, dass das Kundenerlebnis nachhaltig ist?

Treibende Kräfte sind einerseits direktes Feedback unserer Mitglieder, andererseits die Ergebnisse von Zufriedenheitsanalysen, die laufend an zuständige Abteilungen kommuniziert werden. Kurze und eingespielte Kommunikationswege lassen Feedback rasch und unmittelbar in die Produktgestaltung und -weiterentwicklung einfließen. Und es liegt ohnehin in der ÖAMTC-DNA, also dem täglich gelebten,

persönlichen Anspruch aller Mitarbeiter, die Qualität aller Leistungen laufend zu evaluieren, zu optimieren und die Mitgliederzufriedenheit zu verbessern.

Weit über einfaches Feedback hinaus geht die gemeinsame Arbeit mit den Mitgliedern an zukünftigen Themen. Hier liegt der Fokus klar auf möglichen Kundenbedürfnissen und Services der kommenden Jahre, die wir gemeinsam erarbeiten. Letztlich werden Optimierungen natürlich auch durch strategische Vorgaben bestimmt. So zB die Unternehmensziele 2020, die die Marschrichtung für fast ein Jahrzehnt geprägt haben und deren laufende Evaluierung einen wichtigen Kontrollmechanismus darstellt.

Wie messen Sie den Erfolg der Initiativen bzw Kundenzufriedenheit?

Mitgliederumfragen und Imagestudien als Referenzwerte der Kundenzufriedenheit werden offen und auf breiter Basis reflektiert und fließen permanent in die Produktentwicklung ein. Durch die Umfragen in ÖAMTC AM.PULS kann der Club die repräsentative Meinung seiner Mitglieder zu verschiedenen Themen der Interessensvertretung erörtern und in seine Arbeit einfließen lassen.

Mithilfe des ÖAMTC Image Radar werden regelmäßig auf Basis von rund 1.000 repräsentativen Telefon-Interviews verschiedene Dimensionen (darunter Glaubwürdigkeit, die Veränderung des Bildes vom ÖAMTC, die Wichtigkeit der Mitgliedschaft, die Weiterempfehlungsbereitschaft usw) abgefragt. Anhand von internationalen Kennzahlen vergleicht sich der ÖAMTC außerdem branchen- und länderübergreifend.



Jeder Mitarbeiter muss wissen, was wir gemeinsam mit unseren Mitgliedern erreichen wollen.



Welche Kompetenzen empfinden Sie als essenziell zur Sicherung optimaler Customer Experience?

Mitarbeiterschulungen, technische Fortbildungen, Innovation, Serviceoptimierung, Produktentwicklung – es darf kein Bereich vernachlässigt werden. Denn sie alle stellen sicher, dass unser Wertebild im Unternehmen durchgängig gelebt wird.

Wie wirkt sich Ihr Ziel, ein optimales Kundenerlebnis zu gewährleisten, auf die Außen- und Innenkommunikation sowie die Organisation Ihres Unternehmens aus?

Generell steht die Qualität der Leistungserbringung absolut im Vordergrund. Das optimale Kundenerlebnis wird ua im aktuellen TV-Spot verarbeitet, der die Leistungserbringung in Szene setzt. Unternehmenskommunikation und eventbasiertes Marketing genießen bei uns ebenfalls einen hohen Stellenwert.

Nach Innen wird die Teilhabe aller Mitarbeiter an Informationen und Zielen des Unternehmens großgeschrieben. Jeder muss wissen, worum es in der Beziehung zwischen dem ÖAMTC und seinen Mitgliedern geht und was wir gemeinsam erreichen wollen.



Gemeinsam Gas geben

Klaus Mittermaier (kmittermaier@kpmg.at)

Das Top-Thema der Autoindustrie im Jahr 2019 lautet **Vernetzung und Digitalisierung der Fahrzeuge**. Darüber sind sich die **Entscheidungsträger der Branche und die Kunden einig**.

Ganz oben stehen Vernetzung und Digitalisierung, batteriebetriebene Fahrzeuge reißen sich an zweiter Stelle ein. Brennstoffzellenautos – im Vorjahr noch Favorit der Befragten – landeten auf dem dritten Platz. Zu diesem Ergebnis kommt die jährliche „Global Automotive Executive Survey“ von KPMG. Für die mittlerweile 20. Ausgabe der Studie wurden zwischen Oktober und November 2018 rund 1.000 Entscheider der Automobil- und Technologiebranche sowie 2.000 Kunden zu unterschiedlichsten Branchenthemen befragt.

Die Rolle der Autohersteller wandelt sich nach Ansicht der meisten Branchenexperten immer mehr von der des Gestalters der technologischen Entwicklung hin zum Vollstrecker regulatorischer Vorgaben: 77 Prozent meinen, dass Aufsichtsbehörden und Industriepolitik in Zukunft maßgeblich die Pläne der Hersteller bestimmen werden. 83 Prozent der Experten in

China und 81 Prozent in den USA sind der Ansicht, ihr Land verfolge eine klare politische Linie für die Autoindustrie. In Westeuropa ist nur die Hälfte der Befragten dieser Meinung.

Übergang ins Netz

Zwei Drittel der Befragten (67 Prozent) sind der Ansicht, dass der Anteil westeuropäischer Hersteller an der weltweiten Autoproduktion von heute rund 15 Prozent bis 2030 auf nur noch 5 Prozent abnehmen wird. Jene Hersteller, denen ein reibungsloser Übergang vom Fahrzeug in das Netz gelingt, können auch zukünftig in der Branche eine führende Rolle einnehmen.

Auch der Handel muss sich nach Ansicht der Befragten auf einen Wandel einstellen: Rund die Hälfte ist sich ziemlich sicher, dass die Zahl der Händler vor Ort um 30 bis 50 Prozent schrumpfen oder viele zumindest ihr Geschäftsmodell ändern müssen.

Gemeinsam statt einsam

Immerhin 65 Prozent der Befragten sind davon überzeugt, dass eine Zusammenarbeit zwischen traditionellen Herstellern und Technologieunternehmen unausweichlich ist. In China sind es sogar 84 Prozent. Vor allem Kooperationen mit Unternehmen aus naheliegenden Branchen sind beliebt (56 Prozent), gefolgt von Joint Ventures und strategischen Allianzen (jeweils 43 Prozent).



Die gesamten Umfrageergebnisse finden sich unter automotive-institute.kpmg.de. Ein PDF zur Studie erscheint Ende Februar und kann bereits jetzt unter publikationen@kpmg.at vorbestellt werden.

Tax in aller Kürze

Clemens Endfellner (cendfellner@kpmg.at)

Ertragsteuer

Schenkung vs steuerpflichtiger Arbeitslohn

Ein 81-jähriger wird seit zehn Jahren von einer Hausangestellten betreut und entlohnt diese fremdüblich. Weiters gewährte er ihr ein mit 2,2 Prozent verzinstes endfälliges Darlehen iHv EUR 1 Mio. Sechs Jahre später verzichtet er auf die Rückzahlung, da er stets liebevoll betreut wurde und dies ein Zeichen der Dankbarkeit sei. Daraufhin schreibt das Finanzamt Lohnsteuer für den Betrag von EUR 1 Mio inklusive Zinsen vor. Der VwGH stellt klar: Zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer können neben dem Dienstverhältnis gesonderte Rechtsbeziehungen bestehen, sodass – wie hier – nicht jede Zahlung steuerpflichtiger Arbeitslohn ist.

Ertragsteuer

KöSt-Zuschlag bei fehlender Empfängernennung

Eine Kfz-Handels GmbH bezahlt Incentive-Reisen von Kunden und neutralisiert diesen Aufwand in der jährlichen Mehr-Weniger-Rechnung (vgl § 162 BAO zur Nicht-Abzugsfähigkeit einer Betriebsausgabe bei mangelnder Empfängernennung nach Verlangen durch die Abgabenbehörde). Die einschlägigen Aufwendungen reduzieren somit nicht die steuerliche Bemessungsgrundlage. Dennoch ist laut VwGH der Zuschlag gem § 22 Abs 3 KStG iHv 25 Prozent auf die Kosten zu verhängen, da die Geschäftsführerin die Namen der Empfänger nicht offenlegte.

Ertragsteuer

Verdeckte Ausschüttung wegen Verschmelzung

Eine vermögende operative GmbH kauft eine funktionslose leere GmbH von einem Dritten um EUR 1. Weiters übernehmen die Gesellschafter der Käuferin wertlose Forderungen der Verkäuferin gegenüber der funktionslosen GmbH um EUR 1. Beide Vorgänge sind fremdüblich. Nach dem Kauf werden beide GmbHs verschmolzen, weshalb die vormals wertlosen Forderungen schlagartig werthaltig werden. Die Verschmelzung führt laut BFG 20.06.2018, RV/6100109/2012, durch die Übernahme der Verbindlichkeit der aufnehmenden GmbH zu einer steuerpflichtigen verdeckten Ausschüttung, obwohl diese in der Bilanz der GmbH weiterhin ausgewiesen wird.

Verfahrensrecht

Bescheid an gelöschte AG ist Nichtbescheid

Eine Schweizer AG erklärt in den Jahren 2010 – 2012 steuerfreie innergemeinschaftliche Lieferungen in Österreich. Eine Steuerprüfung anerkannte die Nachweise für die Steuerfreiheit nicht und setzte im Jahr 2015 20 Prozent USt fest. Dagegen brachte die AG Bescheidbeschwerde ein und korrespondierte unter ihrer Firma. Da die AG durch eine Verschmelzung bereits im Jahr 2012 als übertragende Gesellschaft und Rechtssubjekt unterging, sind die geänderten USt-Bescheide laut BFG Nichtbescheide ohne rechtliche Wirkung.

Ertragsteuer

Studium als abzugsfähige Aus- & Fortbildung

Ein GmbH-Geschäftsführer studiert Jus. Er macht die Aufwendungen als Werbungskosten steuerlich geltend, da Kenntnisse zum Konsumentenschutz, Gewerberecht, Arbeitsrecht, Unternehmensrecht etc für ihn beruflich hilfreich sind. Laut Finanzverwaltung wäre dagegen kein eigenes Studium erforderlich, weshalb die private Veranlassung überwiege. Laut BFG ist dagegen der Erwerb juristischer Kenntnisse wie jener kaufmännischer oder bürotechnischer Natur zu behandeln. Nur wenn die Wissenserweiterung allgemeiner Natur ist – das Absolvieren einer AHS-Matura – oder auf privaten Vorlieben beruht, scheidet ein Steuerabzug aus.

Verfahrensrecht

Anzuwendende Verfahrensordnung vor dem BFG

Der Steuerpflichtige beauftragt nicht seinen Steuerberater, sondern eine Rechtsanwalts-GmbH im Beschwerdeverfahren zur GrESt. Die GmbH bringt die Beschwerde im elektronischen Rechtsverkehr ein. Da das BFG daran nicht teilnimmt, wird sie „aufgrund technischer Probleme“ dem BFG gemailt. Im Weiteren wird sie per Post versendet. Da laut BAO eine gemailte Beschwerde rechtsunwirksam ist, weisen BFG und VwGH die postalische Beschwerde bzw Revision als verspätet ab. In der Sache selbst wird daher nicht entschieden.

Jetzt wissen, was passiert

KPMG Inside

Die Flut an Informationen ist heute kaum mehr zu bewältigen. Wir helfen Ihnen mit unseren Events und Publikationen bei Themen auf dem Laufenden zu bleiben, die für Sie relevant sind.



Neue Partner in ganz Österreich

Bereits seit Oktober 2018 sind die Wirtschaftsprüferin Elisabeth Rebhan-Briewasser sowie die beiden Versicherungsexperten Johann Kronthaler und Lorenz Lang Teil der Geschäftsführung bei KPMG. Mit Jahreswechsel folgten mit Florian Brugger, Gerhard Dablander, Roman Lampel und Markus Vaishor vier Steuerspezialisten in die Partnerschaft.



Audit, Linz

Elisabeth Rebhan-Briewasser

ist seit mehr als zehn Jahren bei KPMG. Ihr Schwerpunkt liegt in der Prüfung und Beratung von international tätigen Industrieunternehmen, die ihre Konzernabschlüsse überwiegend nach IFRS bilanzieren. Zu ihren internen Aufgaben zählen Trainings im Bereich Prüfungsmethodik, Rechnungslegung sowie Quality-Reviews. Sie ist zudem als Vortragende und Autorin für nationale und internationale Rechnungslegung sowie Prüfungslehre tätig.



Audit/Advisory,
Wien

Johann Kronthaler

ist promovierter Mathematiker und Aktuar (AVÖ). Seit 2013 hat er ein 14-köpfiges finanz- und versicherungsmathematisches Team aufgebaut. Seine Schwerpunkte liegen in der Beratung und Prüfung von Versicherungs-, Handels- und Industrieunternehmen sowie Banken im Zusammenhang mit der Anwendung mathematischer Methoden – insbesondere bei IFRS 17 und IFRS 9, im Risikomanagement und bei versicherungsmathematischen Fragestellungen.



Advisory, Wien

Lorenz Lang

verantwortet im Bereich Management Consulting die Beratung von Versicherungsunternehmen. Vor seinem Eintritt bei KPMG war er in international führenden Beratungsunternehmen im Bereich Restrukturierung und Ergebnisoptimierung tätig. Seine Themenschwerpunkte sind die Optimierung von Geschäftsmodellen, die Beratung bei regulatorischen Vorgaben sowie die Begleitung von Versicherungsunternehmen bei digitalen Initiativen.



Tax, Wien

Florian Brugger

ist Steuerberater und seit 2010 bei KPMG am Standort in Wien. Der Schwerpunkt seiner Tätigkeit liegt in der umfassenden steuerlichen Beratung von Unternehmen aus den Bereichen Industrie, Handel, Medien und Finanzdienstleistungen. Florian Brugger ist Mitglied des Fachsenats für Steuerrecht der Kammer der Steuerberater und Wirtschaftsprüfer sowie Lehrbeauftragter am Institut für Österreichisches und Internationales Steuerrecht der WU Wien.



Tax, Innsbruck

Gerhard Dablander

verantwortet am Standort Innsbruck das Geschäftsfeld Steuerberatung, welches er weiter ausbauen wird. Nach mehrjähriger Auslandserfahrung ist er 2003 zu KPMG gekommen. Gerhard Dablander verfügt über umfangreiche Expertise im Unternehmens- und Konzernsteuerrecht, bei Umgründungen, Unternehmensnachfolgen sowie bei der umfassenden Beratung von KMU in allen steuerlichen und betriebswirtschaftlichen Fragestellungen.



Tax, Mödling

Roman Lampel

kam nach einer 15-jährigen Berufslaufbahn in der Steuerberatung Anfang 2018 zu KPMG. Er wird in seiner Funktion wesentlich zum weiteren Ausbau des Standorts Mödling beitragen. Sein Tätigkeitsfeld liegt in der steuerlichen und betriebswirtschaftlichen Beratung – vom Einnahmen-Ausgaben-Rechner bis zum börsennotierten, internationalen Konzern. Zudem verfügt er über langjährige Erfahrung in der steuerlichen Transaktionsberatung.



Tax, Wien

Markus Vaishor

ist seit 15 Jahren bei KPMG in der Steuerberatung am Standort in Wien im Einsatz. Seine Tätigkeitsschwerpunkte – mit einem besonderen Fokus auf Immobilien – liegen in den Bereichen Konzernsteuerberatung und -planung, M&A und Umstrukturierungen. Zusätzlich ist Markus Vaishor Fachvortragender, Autor zahlreicher steuerlicher Fachpublikationen und war neun Jahre Lehrbeauftragter an der Wirtschaftsuniversität Wien.

And the KI-Award goes to ...

Mit dem KI-Award gibt KPMG heimischen KI-Projekten eine Bühne. Erster Platz geht an YodelTalk, gefolgt von Xephor Solutions und UberGrape.



Künstliche Intelligenz (KI) ist in aller Munde – auch in Österreich. Die heimischen Anbieter und Projekte sind jedoch oftmals noch unbekannt.

„Viele Unternehmen sind noch skeptisch, KI einzusetzen“, erklärt KPMG Partner und Award-Initiator Werner Girth.

„Das hat einerseits mit der relativen Neuartigkeit der Technologie, andererseits mit den wenigen erfolgreichen Beispielen zu tun. Es gibt eine Vielzahl an Anbietern, die ihre Lösung als KI verkaufen, obwohl sie auf herkömmlichen, algorithmenbasierenden Systemen aufsetzt.“

Mit dem KI-Award rückt KPMG die marktfähigen österreichischen KI-Lösungen in den Mittelpunkt. In einer Jurysitzung wurden die drei besten Einreichungen hinsichtlich Innovationskraft und Kundennutzen ausgewählt. Die unabhängige Jury setzte sich aus Führungskräften großer heimischer Unternehmen der unterschiedlichsten Branchen – ua Handel, Industrie, Versicherungen oder Banken – zusammen.

Champions in Österreich

Die Verleihung des ersten KI-Awards fand im Rahmen der 14. Predictive Analytics Konferenz im Oktober statt.

Das Gewinnerteam YodelTalk hatte dabei die Möglichkeit, sein Projekt Yodel.io vorzustellen. Yodel.io ist eine Business-Telefonplattform, die es Unternehmen ermöglicht, Sprachintegrationen und Automatisierung für ihre Prozesse zu implementieren.

„Der KPMG KI-Award ist eine hervorragende Möglichkeit für heimische Start-ups, ihre potenziellen Kunden vom Nutzen intelligenter Systeme zu überzeugen“, sagt Mike Heining, Geschäftsführer der YodelTalk GmbH. „Langfristig ist KI ein essenzieller Faktor, um am Markt kompetitiv zu sein. Österreich bzw. Europa muss hier seine Chancen frühzeitig nutzen.“

Der zweite Platz geht an die Xephor Solutions GmbH, deren eigens entwickelte starke Künstliche Intelligenz (AGI – Artificial General Intelligence) universell eingesetzt und auch mit wenigen bzw. unstrukturierten Daten trainiert werden kann. Den dritten Rang belegt die UberGrape GmbH mit ChatGrape. Unternehmens-Chats werden dabei direkt in jede Web- und Mobilanwendung integriert. Redundante Businessaufgaben werden automatisiert, die Kommunikation wird dadurch effizienter und genauer.



Das Founder-Team von YodelTalk (v.l.n.r.): CEO Mike Heininger, CCO Nina Hödlmayr, COO David Heininger und CTO Mario Uher.

Turbo starten in Europa

Beim KI-Award wurde KPMG von KI-Experte und APOLLO.AI-Gründer Michael Hirschbrich unterstützt. Er betont die Bedeutung für den europäischen Raum: „KI ist eine zunehmend mächtig werdende Basistechnologie für vollautomatisierte Prozesse und Entscheidungen. Das Silicon Valley oder China sind uns hier in wichtigen Bereichen voraus, da sie über viele Jahre große Summen in Talente sowie den Aufbau von Daten und IP (Intellectual Property) investiert haben. Als Europa sollten wir jetzt den Turbo zünden und mit in den Ring steigen, um unabhängige IP für unseren Markt zu schaffen. Die Voraussetzung dafür: eine europaweite, branchenübergreifende Zusammenarbeit hinsichtlich Daten, Rechenzentren und Know-how sowie das dafür nötige Kapital und Engagement.“

Sein Tipp für Unternehmen ist, sich aktiv mit dem Thema auseinanderzusetzen: „Man kann sich vor Künstlicher Intelligenz nicht verstecken. Die heimischen Unternehmen sollten gemeinsam mit KI-Experten erfassen, welche Daten sie bereits haben und wie sie diese mittels KI einsetzen können.“



“ Man kann sich vor der Künstlichen Intelligenz nicht verstecken. ”

Michael Hirschbrich, KI-Experte und APOLLO.AI-Gründer



Langfristig ist KI ein essenzieller Faktor, um am Markt kompetitiv zu sein. ”

Mike Heininger, Geschäftsführer der YodelTalk GmbH

Foto © Marlon Hambrusch

4 Fragen an ...

... Shermin Voshmgir, Gründerin des BlockchainHub Berlin und Direktorin des neuen Forschungsinstituts für Kryptoökonomie an der WU Wien.



© Alexander Koch

wir zum ersten Mal E-Mails versendet haben, so schwer ist es heute zu verstehen, was Blockchain alles verändern wird.

Worin liegt das Veränderungspotenzial von Blockchain?

Blockchain ist kein Allheilmittel. Es ist nur eine Technologie in diesem neuen dezentralen Web das jetzt gerade entsteht. Blockchain ist eine verteilte Buchhaltungsmaschine, und zwar öffentlich und transparent. Jeder hat Einblick auf das Konto-buch und alle Transaktionen die jemals getätigt wurden. Kryptografie sorgt einerseits für Transparenz für alle Teilnehmer und gewährleistet gleichzeitig die Privatsphäre jedes Einzelnen. Daten sind nicht zentral auf Servern abgespeichert sondern alle Rechner im Netzwerk haben den selben Informationsstand. Transaktionen werden per Mehrheitskonsens verifiziert, nicht durch zentrale Instanzen. Die neue Technologie ermöglicht Geld ohne Banken wie im Falle von Bitcoin, Zcash, Monero und Co, dezentrale Datenspeicherung ohne Amazon Web Services, wie das Beispiel Sia zeigt, soziale Netzwerke ohne Facebook, Twitter und Co wie von Steemit. Das sind nur einige wenige Beispiele. Die Zukunft ist schon da, sie ist nur noch nicht bei jedem angekommen.

Wie würden Sie Blockchain möglichst einfach erklären?

Blockchain ist die treibende Kraft in der nächsten Generation Internet, dem sogenannten Web3 oder dezentralen Web. Das Internet der ersten Generation hat den Informationsaustausch revolutioniert, das Web2 die Interaktionen, das Web3 revolutioniert den Wertaustausch. E-Mail hat uns erlaubt, elektronische Briefe zu schicken, ohne zur Post gehen zu müssen. Bitcoin erlaubt uns Geld direkt von A nach B zu schicken ohne einer Bank dazwischen. Das ist aber nur der Anfang. So wie wir 1990 schlecht vorhersehen konnten, was uns das Internet bringen wird, als

Wie viele Menschen verstehen tatsächlich, welches Potenzial Blockchain hat?

Wenige. Es gibt derzeit noch sehr viel Unwissen, Teilwissen, und manchmal auch schlichtweg Fehlwissen. Deswegen ist der enge Kontakt mit den Medien wichtig, um Fehlwissen gegenzusteuern, und deshalb haben wir auch das Institut für Kryptoökonomie an der WU gegründet. Es geht ja tatsächlich nicht um Blockchain, sondern die dahinterliegenden kryptoökonomischen Anreizmechanismen. Das ist ja auch eines der vielen Missverständnisse rund um Blockchain. Wir haben heute schon viele Technologien, die auf der Idee der kryptoökonomischen Anreizmechanismen aufbauen, aber sich schon weiterentwickelt und zum Teil von Blockchain emanzipiert haben (IOTA, Hashgraph etc).

Was sind Ihre größten Herausforderungen?

Unser Ziel ist es, diese neue Technologie und ihre gesellschaftspolitischen Auswirkungen nicht nur mit der Forschungscommunity, sondern auch mit der breiten Öffentlichkeit, Medien, Politik und Wirtschaft zu teilen. Allerdings müssen viele Wissenschaftler selber erst einmal verstehen, was es mit dieser Technologie auf sich hat und wie sie sich auf ihre Forschungsbereiche auswirkt. Da die Technologie aus der Praxis kommt, hinkt ein großer Teil der Forschungscommunity der Praxis derzeit noch etwas hinterher. Das ändert sich aber rasant und dazu tragen wir unter anderem mit unserem Institut bei.

Programm: Change Essentials 2019 Agiler Wandel in disruptiven Zeiten

Systemisch plus agil und digital – wenn diese Kombination in Ihren Changeprojekten gefragt ist, haben wir das richtige Programm für Sie!



Ihre Situation – Sie sind

- Berater, Projektmanager, Manager von Changeinitiativen.
- tief drin im Job und erfahren.
- auf der Suche nach neuen Konzepten & Methoden für agilen Change, der Effizienz- und Wachstumsziele verbindet.
- Sie wollen das eigene Change Repertoire erweitern, Ihr systemisches Wissen auffrischen und sich mit erfahrenen Kollegen austauschen.

Das Programm & Ihr Nutzen

- Sie bekommen ein Update zu Trends und „State of the Art“ Konzepten im Change-Management.
- Sie erproben agile Change-Konzepte & Organisationsdesigns und bekommen digitale „lightweight“ Instrumente für Ihre Praxis.
- Sie unternehmen eine Learning Journey zu einem Unternehmen mit agiler Kultur und Startup Spirit.
- Sie integrieren langjährig erprobtes Beratungswissen, innovative New Work Ansätze mit Ihrer eigenen Erfahrung und Expertise.
- Sie arbeiten an den „Change Experiences“ Ihrer Stakeholder (Service Design) und erproben Neues an Ihren aktuellen Fällen.

**Ein Programm für erfahrene Berater und Change-Manager –
in Berlin & Wien mit Dr. Antonius Greiner, Dr. Barbara Heitger, Dr. Wolfgang Looss,
Jan Schmiedgen, Annika Serfass und Daniela Sommer**

Die Module

Essential 1: Konzept – Kontrakt – Kommitment für Wandel in disruptiven Zeiten

19.–22.03.2019, BERLIN

Essential 2: Die Klassiker und das Neue – Wandel agil gestalten

21.–24.05.2019, WIEN

Essential 3: „Sich selbst im Blick“ – als Person und System stabil und responsiv

17.–20.09.2019, BERLIN

Preis: € 7.590,00 (exkl. MwSt und Tagungspauschale)

Dr. Barbara Heitger führt mit allen Interessenten ein Vorgespräch!



10 Jahre China Desk

Vor gut einem Jahrzehnt hat KPMG in Österreich den China Desk ins Leben gerufen. Eine Idee, die in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen hat. Heute ist die Präsenz von China in fast allen Wirtschaftsbereichen unübersehbar.

Alles in Bewegung

Mit „Made in China 2025“ und „Belt and Road“ hat die Volksrepublik China eine industriepolitische und wirtschaftliche Offensive gestartet, die insbesondere in der nahen Vergangenheit auch die österreichischen Unternehmen sowie die Wirtschaft erreicht hat. So hat beispielsweise die oftmals als größte Bank der Welt bezeichnete Industrial and Commercial Bank of China (ICBC) im vergangenen Jahr eine Banklizenz in Österreich erteilt bekommen. Es soll ein Headquarter für das zukünftige Zentral- und Osteuropageschäft entstehen.

Beziehung stärken

Mit dem Streben nach Europa einhergehend findet jedoch auch eine Öffnung Chinas statt. Die Liste der „Restrictions for Foreign Investments“ – auch bekannt als Negativliste – hat in 2018 eine weitere Lockerung erfahren. So wurden beispielsweise bisherige Restriktionen in den Bereichen Infrastruktur, Transport, Landwirtschaft und technische Dienstleistungen aufgehoben und damit neue Möglichkeiten für ausländische Unternehmen in China geschaffen.

Sie suchen eine Studie oder Publikation von KPMG?
Senden Sie uns Ihre Anfrage unter **publikationen@kpmg.at**
Eine Bestellung der Bücher über KPMG ist leider nicht möglich.

Lesbar

Persönliche Haftung der Geschäftsführer, Vorstände und Aufsichtsräte

Peter Ertl



Von den Aufgaben der Organe über die Risikoanalyse bis zur Managerhaftung aus Versicherungssicht – „Persönliche Haftung der Geschäftsführer, Vorstände und Aufsichtsräte“ bietet einen kompakten und praxisorientierten Überblick zum Haftungspotenzial, den Risiken und Absicherungsmöglichkeiten von Organverantwortlichen.

Linde Verlag
2. Auflage 2019
ISBN: 9783707337440



Die KPMG Partner Michael Petritz und Georg Blazek leiten den KPMG China Desk in Österreich.

Auch die österreichische Bundesregierung hat im vergangenen Jahr durch die Entsendung einer rund 250-köpfigen Delegation zu einem Staatsbesuch nach China – und durch die diesbezügliche mediale Aufmerksamkeit – die Wirtschaftsbeziehungen und Chancen für österreichische Unternehmen in den Fokus gerückt.

Verbindungsachse und Drehscheibe

Der China Desk von KPMG in Österreich, der von den KPMG Partnern Georg Blazek und Michael Petritz geleitet wird, versteht sich als Verbindungsstück auf dieser Wirtschaftsachse Österreich–China. Durch unser globales Netzwerk an China Practice Groups und Mitarbeitern mit mehrjähriger Erfahrung vor Ort bieten wir Unterstützungsleistungen für österreichische Unternehmen auf ihrem Weg nach China. Gleichermassen ist der KPMG China Desk auch Service-Drehscheibe für chinesische Unternehmen. Insbesondere Deal Advisory sowie Tax Services werden vermehrt angefragt.

kpmg.at/chinadesk

Digitale Sicherheit für Steuerberater und Wirtschaftsprüfer

Schützinger Harald (Hrsg)/Robert Lamprecht (Co-Autor)



Aufgrund des rasanten technischen Wandels, zunehmender Cyberbedrohungen und der sich laufend verschärfenden gesetzlichen Anforderungen (DSGVO, Geldwäscheprävention) wird es immer schwieriger, das erforderliche Datenschutzniveau zu erreichen. In diesem Buch erfahren Sie, was Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsunternehmen leisten müssen, um ausreichenden Daten- und Informationsschutz zu betreiben.

LexisNexis
1. Auflage 2019
ISBN: 9783700774587

Eventmomente



Manfred Tacker ist Studiengangsleiter für Verpackungstechnologie, Nachhaltiges Ressourcenmanagement am FH Campus Wien.

Gut verpackt

Bereits zum 14. Mal lud KPMG Entscheidungsträger des Lebensmittelhandels sowie der Lebensmittel- und Getränkeindustrie zum Business Cocktail in Linz. In Zeiten, in denen Abfallvermeidung und Ressourcenschonung immer bedeutender werden, lässt sich ein Begriff nicht mehr wegdenken – „Circular Economy“. Doch was bedeutet das für die Verpackungsbranche und welche Trends bestimmen die Zukunft des Packaging? Nach der Begrüßung von KPMG Partner Helge Löffler und Peter Humer brachte Manfred Tacker (FH Campus Wien) mit seiner Keynote Licht ins Dunkel.

Die Europäische Kommission verabschiedete Anfang 2018 das „2018 Circular Economy Package“ – ein Maßnahmenpaket für eine wettbewerbsfähigere und nachhaltigere Wirtschaft in Europa. „Circular Economy“ – also die Kreislaufwirtschaft – bedeutet Anstrengungen bei der Abfallvermeidung, der Wiederverwendung und dem Recycling von Produkten. Laut Manfred Tacker ist eine der wichtigsten Maßnahmen die Gewichtsreduktion von Verpackungen. Bei den herkömmlichen 0,5 Liter PET Flaschen gibt es beispielsweise Unterschiede von 10 bis 40 Gramm pro Stück. Durch eine Optimierung könnte man hier ein Drittel des weltweiten PET einsparen – wohlbemerkt ohne Qualitätsverlust.



Durch die Workshops führten die KPMG Experten (v.l.n.r.) Philip Kudrna, Günther Hirschböck, Margot Gräupl, Michael Meyerle, Michaela Kegel, Nikolaus Urschler, Thomas Gaber und Helmut Kerschbaumer.

Volles Programm

Die jährliche KPMG Fachkonferenz Meet the Experts lockte letzten Herbst wieder mehr als 180 Teilnehmer ins Radisson Blu Park Royal Palace Hotel. Seit dem 1. Jänner 2018 leben wir in der Welt der neuen Standards IFRS 9 und IFRS 15. Parallel dazu ist der neue Leasing-Standard IFRS 16 und dessen Erstanwendung ab 2019 vorzubereiten, der in der Bilanzierung zu berücksichtigen ist.

Bei der Eröffnung sprachen Günther Hirschböck und Gisela Lippke zu den aktuellen Entwicklungen bevor es für die Teilnehmer in ihre jeweiligen Arbeitsgruppen mit den KPMG IFRS-Experten ging. Meet the Experts wird heuer am Montag, 30. September 2019 stattfinden.



Shermin Voshmgir (4. v.r.) mit den KPMG Partnerinnen (v.l.n.r) Verena Trenkwaller, Esther Freitag, Sabine Bernegger, Barbara Heitger, Karin Kern, Barbara Polster, Heidi Schachinger und Lieve Van Utterbeeck.

Ganz neu denken

Beim 18. KPMG Ladies' Talk sprach KPMG Partnerin Barbara Polster mit Shermin Voshmgir, Gründerin von Blockchain-Hub-Berlin und Direktorin des neuen interdisziplinären Forschungsinstitutes für Kryptoökonomie an der Wirtschaftsuniversität Wien,

über die Gefahren und Potenziale der Blockchain-Technologie. Die Wirtschaftsinformatikerin hat es sich zur Aufgabe gemacht, Blockchain einem nicht technischen Publikum verständlich zu machen und andererseits die neue Technologie in die Köpfe der Wissenschaftler zu bringen. „Blockchain steckt noch in den Kinderschuhen, hat aber durchaus das Potenzial viele Probleme

von heute zu lösen, wenn wir es richtig machen“, ist die Expertin überzeugt. „Essenziell ist, dass man sich mit der Technologie aus allen Blickwinkeln auseinandersetzt, denn je komplexer ein System ist, desto schwerer lassen sich die Folgen abschätzen.“

Ein Kurzinterview mit Shermin Voshmgir finden Sie auf Seite 46.

Versicherungen topinformiert

Der Versicherungsverband Österreich VVO und KPMG luden auch im November vergangenen Jahres wieder zur jährlichen Fachkonferenz „Rechnungslegung Versicherungen“. Den zahlreichen Teilnehmern wurde ein abwechslungsreiches Programm mit vielen aktuellen Themen geboten: von DSGVO & IDD, Predictive Analytics und Cyber Security über IFRS 17 sowie 9 bis zu Neuigkeiten im Steuerrecht.

Merken Sie sich bereits jetzt den Termin für „Rechnungslegung Versicherungen – Update 2019“ vor: Dienstag, 5. November 2019.

Innovative Versicherer

Der Digitalisierungsprozess hat in den letzten Jahren immer stärkere Auswirkungen auf die Versicherungsbranche. Grund dafür sind vor allem die jüngsten Entwicklungen in der Informationstechnologie. Sie führen nicht nur zu einer zunehmenden Automatisierung der Prozesse, sondern auch zu vollkommen neuen Versicherungsprodukten und Geschäftsmodellen, die auch neue Akteure (zB Start-ups) in den Markt locken. Derartige Veränderungen werden unter dem Begriff Insurtech zusammengefasst. Die Auswirkungen der technologischen Veränderungen sind noch schwer abzuschätzen. Daher haben die WU Wien und KPMG unter der Leitung von Michael Gardumi, Director im Bereich IT Advisory, eine Projektgruppe ins Leben gerufen, die



Michael Gardumi, KPMG Director im Bereich IT Advisory

das Innovationsmanagement etablierter österreichischer Versicherungen untersuchte. Studierende des Instituts für Entrepreneurship & Innovation (E&I) konnten auf diesem Weg ein Modell entwickeln, um Gefahren und Schwächen frühzeitig zu erkennen.

„Probieren geht über Studieren“



In der Serie „Nachgefragt“ bittet Dimensionen die Geschäftsleitung bei KPMG zum persönlichen Interview. Wir wollen KPMG Partner privat vorstellen und Einblicke in ihre persönlichen Einstellungen, Ziele und Interessen geben. Diesmal steht Elisabeth Rebhan-Briewasser, Partnerin im Bereich Audit, der Redaktion Rede und Antwort.

Sie sind Geschäftsführer bei KPMG:

Welche Charaktereigenschaften haben aus Ihrer Sicht maßgeblich Ihre Karriere beeinflusst?

Fokussiert, wissbegierig und lösungsorientiert

Welche Aussage Ihres Vorgesetzten/Mentors hat Sie nachhaltig geprägt?

Behandle deine Mitarbeiter so wie du möchtest, dass deine Kinder im Beruf behandelt werden.

Wie beginnt für Sie ein typischer Arbeitstag?

Mit einer Autofahrt ins Büro, bei der ich all meine Gedanken und To-dos für den Tag sortieren kann.

Wie lautet Ihr Tipp für Bewerber?

Probieren geht über Studieren. Mir war im Vorhinein auch nicht bewusst, wie facettenreich der Beruf eines Wirtschaftsprüfers ist.

Was war Ihr erster Berufswunsch?

Warum sind Sie heute Wirtschaftsprüferin?

Modedesignerin – ich musste allerdings schnell erkennen, dass ich nicht gut zeichnen kann. Am Beruf des Wirtschaftsprüfers fasziniert mich die Vielfalt an Fragestellungen und Herausforderungen ebenso wie der Kontakt mit den unterschiedlichsten Persönlichkeiten.

Wie würden Ihre Mitarbeiter Sie beschreiben?

Anhand von Ergebnissen einer nicht repräsentativen Umfrage werde ich vor allem als zielstrebig, strukturiert und hilfsbereit wahrgenommen.

Welches Zitat trifft auf Sie zu?

Der Weg ist das Ziel. (Konfuzius)

Was bedeutet Erfolg für Sie?

Zufriedenheit mit dem, was man tut, gepaart mit Anerkennung

Der Begriff „Karriereplanung“ bedeutet für jeden etwas anderes. Was bedeutet er für Sie?

Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

Was würden Sie gerne können?

Kontrabass spielen

Womit macht man Ihnen Freude?

Mit einem Wochenende in Florenz.

Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?

Un libro ti salverà (Erika Swyler)

Events und Seminare

14.02. USt Update – Neuerungen in der Umsatzsteuer: KPMG Linz

KPMG Referent: Peter Mayr

19.02. USt Update – Neuerungen in der Umsatzsteuer: KPMG Innsbruck

KPMG Referenten: Clemens Endfellner und Christoph Heugenhauser

20.02. USt Update – Neuerungen in der Umsatzsteuer: KPMG Salzburg

KPMG Referent: Peter Mayr

20.02. IT Governance für Banken: KPMG Wien

KPMG Referenten: Tim Schabert, Andreas Tomek, Michael Schirmbrand

25.– Lehrgang Aufsichtsrat: incite

27.02. KPMG Referent: Gerhard Wolf

27.– Prüfung des Wertpapiergeschäftes: imh

28.02. KPMG Referenten: Magdalena Ortner-Wolf, Doris Thomann

09.04. Fit & Proper-Training für Banken: Finanzverlag

KPMG Referenten: Alina Czerny, Bernhard Freudenthaler

11.04. Die gemeinnützige Stiftung: ARS

KPMG Referent: Michael Petritz

11.– CFO-Forum: Stegersbach

12.04.

13.04. Ausbildung zum Compliance Officer – Modul 4: Fraud Management und forensische Maßnahmen: WIFI Wien

KPMG Referent: Dražan Bračić

07.05. Praxistag Compliance für den Mittelstand: Austrian Standards

KPMG Referenten: Roman Sartor, Jacqueline Mlinarscik, Andrea Pilecky

07.– Lehrgang Stiftungsvorstand: incite

21.05. KPMG Referent: Michael Petritz

08.05. Treasury 4.0 – Stürmische Zeiten voraus? KPMG Linz

KPMG Referent: Stefan Fink

14.05. Cyber Security in Österreich: FH Salzburg

KPMG Referent: Robert Lamprecht

14.05.–Lehrgang Unternehmensbewertung: ASW

06.06. KPMG Referent: Victor Purtscher

16.– RECON 2019: Loipersdorf

17.05.

20.05. Alles, was Recht ist: KPMG Wien

23.– Wirtschaft am See 19: St. Wolfgang

24.05.

27.05. Neue Governance Regelungen für Kreditinstitute: Akademie für Recht und Steuern (ARS)

KPMG Referenten: Alina Czerny, Bernhard Freudenthaler

13.06. Verrechnungspreise 2019: Linde

KPMG Referentin: Barbara Polster

27.06. Entgeltfortzahlung & Freistellung in der arbeitsrechtlichen Praxis: ARS

KPMG Referent: Carl-Georg Vogt

04.03. Alles, was Recht ist: KPMG Wien

06.– Meldewesen aktuell: ARS

07.03. KPMG Referenten: Philip Kudrna, Thomas Gaber

13.03. Risikomanagement, IKS und Neues in der Gesamtbanksteuerung: Finanzverlag

KPMG Referenten: Alina Czerny, Stefanie Eltmann

26.03. Steuerrecht in der Stiftung: ARS

KPMG Referent: Friedrich Fraberger, Michael Petritz

26.03. Begleitende Kontrolle & Steuerkontrollsystem: Linde

KPMG Referenten: Hans Zöchling, Andreas Helnwein

27.03. Reparatur-Notwendigkeiten bei Stiftungen: ARS

KPMG Referent: Michael Petritz

29.03. Ausbildung zum Compliance Officer – Modul 1: Aufbau einer Compliance-Organisation: WIFI Wien

KPMG Referent: Dražan Bračić

02.04. BASEL III, V und BASEL IV: Finanzverlag

KPMG Referenten: Alina Czerny, Bernhard Freudenthaler

03.04. Bilanzanalyse für die Geschäftsleitung: Business Circle

KPMG Referent: Christian Losbichler

04.04. Accounting Circle: KPMG Wien

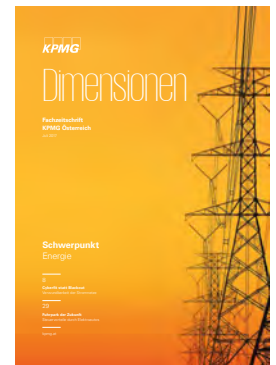
 Certified IFRS Accountant (CIFRSA)
 Jetzt anmelden für den Lehrgang
 Certified IFRS Accountant im Frühjahr
 unter controller-institut.at

Publikationen

Sie suchen eine Studie oder Publikation von KPMG? Gerne helfen wir Ihnen weiter – senden Sie uns Ihre Anfrage unter publikationen@kpmg.at

Dimensionen

Die KPMG Fachzeitschrift bietet zweimal jährlich Neuigkeiten aus den Bereichen Wirtschaftsprüfung und Beratung. Jede Ausgabe widmet sich einem Schwerpunktthema.



Dimensionen Insurance

Die Sonderausgabe der KPMG Fachzeitschrift für Versicherungsunternehmen beleuchtet aktuelle Themen und Trends aus Audit, Tax und Advisory.



ACNews

Das Magazin erscheint einmal im Jahr und enthält aktuelle Fragestellungen rund um das Audit Committee, Corporate Governance und die Internationale Rechnungslegung.



Impressum

Dimensionen Februar 2019

Herausgeber:

KPMG Austria GmbH

Für den Inhalt verantwortlich:

Christian Engelbrechtsmüller

Thomas Smrekar

Koordination:

Julia Haslinger

T +43 (1) 313 32-3329

jhaslinger@kpmg.at

Grafik und Satz:

www.roither.info

Druck:

Ferdinand Berger & Söhne GmbH

© 2019 KPMG Austria GmbH Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft, österreichisches Mitglied des KPMG-Netzwerks unabhängiger Mitgliedsfirmen, die KPMG International Cooperative („KPMG International“), einer juristischen Person schweizerischen Rechts, angeschlossen sind. Alle Rechte vorbehalten. Printed in Austria.

KPMG und das KPMG-Logo sind eingetragene Markenzeichen von KPMG International. Die enthaltenen Informationen sind allgemeiner Natur und nicht auf die spezielle Situation einer Einzelperson oder einer juristischen Person ausgerichtet. Obwohl wir uns bemühen, zuverlässige und aktuelle Informationen zu liefern, können wir nicht garantieren, dass diese Informationen so zutreffend sind wie zum Zeitpunkt ihres Eingangs, oder dass sie auch in Zukunft so zutreffend sein werden. Niemand sollte hinsichtlich dieser Informationen handeln, ohne geeigneten fachlichen Rat eingeholt zu haben. Die in dieser Zeitschrift vorhandenen personenbezogenen Bezeichnungen sind aufgrund der besseren Lesbarkeit und Verständlichkeit des Textes zumeist in der männlichen Form angegeben, beziehen sich aber selbstverständlich geschlechtsneutral sowohl auf die weibliche als auch auf die männliche Form. Wir danken für Ihr Verständnis.

Wer die Augen offen hält, kann die Zukunft aktiv mitgestalten.

Gemeinsam
Zukunft
schreiben

Wer jeden Tag richtungsweisende Entscheidungen trifft, braucht weitsichtige Ratgeber. KPMG hilft Ihnen, die Chancen der Digitalisierung zu nutzen und sich auf die Herausforderungen der Zukunft vorzubereiten. Erfahren Sie mehr unter [kpmg.at](https://www.kpmg.at)

Anticipate tomorrow. Deliver today.

