

Liechtenstein Finance

Wirtschaftsprüfung – Im Spannungsfeld zwischen Innovation und Stabilität

Wenn wir von Innovation auf dem Finanzplatz sprechen, denken wir beispielsweise an Fintech-Unternehmen, neue nachhaltige Produkte, digitale Prozesse und neue Technologien. Die Wirtschaftsprüfer/-innen

werden nicht zwangsläufig mit Innovation in Verbindung gebracht. Dabei geht vergessen, dass die Wirtschaftsprüfer/-innen von Berufs wegen verpflichtet sind, sich mit den Innovationen ihrer Kunden auseinanderzusetzen, um in der Lage zu sein, angemessene Prüfsicherheit zu erhalten und eine effiziente Prüfung sicherzustellen. Innovativ zu sein und aktiv neue Arbeitsmodelle fördern, neue Arbeitsmethoden entwickeln, ohne dabei die Grundwerte zu vernachlässigen, ist ein Balanceakt, mit dem sich die Branche konfrontiert sieht.

Welle der Finanzmarktregulierung werden das Aufgabengebiet weiter bereichern.

Wirtschaftsprüfung bleibt People's Business

Neben einer Erweiterung des Aufgabebereichs haben sich auch die Arbeitsmethoden und die Arbeitsmodelle in der Wirtschaftsprüfung verändert. Die Coronapandemie hat diesen Wandel beschleunigt und die Prüfung weiter digitalisiert. Die Präsenzzeit vor Ort bei den Kunden hat sich reduziert, währenddessen gehören Homeoffice und Sitzungen via Videokonferenz zum Berufsalltag. Deshalb ist es von zentraler Bedeutung, dass neue Formen des Austauschs gefunden werden, welche die persönliche Interaktion mit den Kunden und innerhalb des Wirtschaftsprüfungunternehmens sicherstellen. Die Wirtschaftsprüfung bleibt ein People's Business. Teamarbeit und die laufende Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden sind unerlässlich, um qualitativ hochstehende Dienstleistungen anzubieten.

Agilität als Erfolgsfaktor

Die Erkenntnis, dass heutiges Wissen womöglich morgen schon veraltet sein kann, ist nicht neu und betrifft auch die Wirtschaftsprüfung.



Wirtschaftsprüfung bleibt People's Business. (Foto: ZVG)

Das erworbene Wissen und die Erfahrung für die Prüfung einer Jahresrechnung ist für die Prüfung von ESG-Vorgaben, wie z.B. Offenlegungspflichten, nur von geringem Nutzen. Einerseits kann diese Wissenslücke durch Spezialisierung geschlossen werden. Andererseits ist die Agilität der Wirtschaftsprüfer/-innen gefordert, um den neuen Anforderungen gerecht zu werden und Dienstleistungen in einer hohen Qualität zu erbringen.

Das Ziel nicht aus den Augen verlieren

Innovation und Veränderung dürfen nicht darüber hinwegtäuschen, dass

die Grundwerte für die Wirtschaftsprüfer/-innen zentral bleiben. Ein hoher Qualitätsanspruch, die Unabhängigkeit und die kritische Grundhaltung sind unerlässliche Werte einer jeden Prüfungsdienstleistung. Die Wirtschaftsprüfung wird sich, wie bereits in der Vergangenheit, mit neuen Geschäftsmodellen und Technologien auseinandersetzen und ihre Dienstleistungen den geänderten Rahmenbedingungen und Bedürfnissen anpassen. Dabei darf die Branche das übergeordnete Ziel – mit ihren Dienstleistungen zu einem stabilen und nachhaltigen Finanzplatz beizutragen – nicht aus den Augen verlieren. (pr)

LIECHTENSTEIN FINANCE



Liechtenstein Finance e.V. ist ein privatrechtlich organisierter Verein, dessen Mitglieder die Regierung des Fürstentums Liechtenstein und die Finanzplatzverbände sind. Zweck des Vereins ist es, das Profil des Finanzplatzes im In- und Ausland durch Informationsarbeit zu den Besonderheiten und Stärken des Standortes zu schärfen.



Matthias Eggenberger, Vorstandsmitglied der Liechtensteinischen Wirtschaftsprüfer Vereinigung (WPV).

Steigender Innovationsdruck

Die Jahresrechnung eines Unternehmens zu prüfen, bleibt weiterhin eine Kernaufgabe des Wirtschaftsprüfers, der Wirtschaftsprüferin. Jedoch hat sich das Aufgabengebiet in den letzten Jahren deutlich erweitert und beschränkt sich nicht auf Prüfungen von finanziellen Informationen. Die Prüfung von nicht finanziellen Informationen, wie z.B. aufsichtsrechtliche Prüfungen und Sorgfaltspflichtenprüfungen, gewinnt an Bedeutung. Nachhaltigkeit und ESG (Environmental Social Governance) als Kernthemen der neuesten

www.volksblatt.li

Vo Buchs gi Schaa

Digicube AG, Digitalagentur: Neueröffnung in Schaan

SCHAAN Gemeinsam mit rund 120 geladenen Personen aus Politik, Wirtschaft, Kommunikation, Kultur und Sport sowie den Medien feierte die Digitalagentur digicube vor knapp zwei Wochen ihre Eröffnung am neuen Standort in Schaan. Unter dem Motto «Vo Buchs gi Schaa» zelebrierte die Agentur mit einem eindrücklichen Event ihren Umzug und die Neueröffnung im alten Riet 156, dem Neubau, in welchem auch das Brauhaus zu Hause ist.

Starker Auftritt mit persönlicher Note

In einer Rückblende der letzten 4 Jahre präsentierten die beiden Geschäftsleitungsmitglieder René Müller und Manuel Zangger den Werdegang der noch jungen Digitalagentur. Auf eine sehr ehrliche und sympathische Weise berichteten sie von den «Hochs und Tiefs» ihres Start-up-Unternehmens. Ein wesentlicher Teil ihrer Präsentation umfasste das Leistungsangebot der Agentur sowie eine Darstellung der bereits erreichten Meilensteine. Für Manuel Zangger, Leiter Kundenberatung, liegt die Kernkompetenz der Agentur in den Bereichen Webseiten, Online-Marketing und Social Media. «Als digitale Fullservice-Agentur ist es für uns selbstverständlich, dass wir sowohl Online- als auch Offline-Kommunikationslösungen anbieten. Dieser cross-mediale Ansatz aus einer Hand zählt zu unseren Stärken und unterscheidet uns von den anderen Agenturen in der Region», so Manuel Zangger.

Ausblick in die Digitalwelt von morgen

«Corona pusht die Digitalisierung – zählt sicher zu den meistzitierten



(Foto: ZVG)

Sätzen seit Ausbruch der Pandemie Anfang 2020», so René Müller, Geschäftsführer der digicube. René Müller weiter: «Ja, der Push war spürbar, jedoch sehen wir, dass im Land und in unserer Region noch grosses Potential vorhanden ist. Wir sind überzeugt, dass die Digitalisierung den Markenbildungsprozess weiter massgeblich beeinflussen wird. Marken werden heute durch Tausende digitale Interaktionen geformt, daher ist es enorm wichtig,

dass Unternehmen ihre digitale Präsenz regelmässig hinterfragen. Mit unserem Ansatz schaffen wir Touchpoints, die über alle digitalen Kanäle generiert werden. «Unser Ziel dabei ist es», so René Müller weiter, «kreativen Content, der richtigen Person, zur richtigen Zeit, auf dem richtigen Kanal auszustrahlen.»

Kooperation mit Leone Ming

Die digicube begleitet mittelständische Unternehmen bei der Entwick-

lung ihrer digitalen Identität. Um auch im strategischen Bereich und in der Markenkommunikation das Agenturangebot kontinuierlich ausbauen zu können, ist digicube eine strategische Kooperation mit der Schaaner Markenagentur Leone Ming Est. eingegangen.

Leone Ming, Inhaber und Markenprofi mit über 20 Jahren Erfahrung, freut sich auf die engere Zusammenarbeit und umschreibt sie so: «Meine Motivation ist, zusammen mit digi-

cube unseren Kunden ein besseres Markenerlebnis zu bieten. Wir übernehmen dabei die analoge, strategische Markenentwicklung und digicube digitalisiert die Markenkommunikation punktgenau. Eine WIN-WIN-Situation für unsere Kunden, mit der wir für jedes Kundenprojekt massgeschneiderte Lösungen schaffen werden.»

Kundenpflege gehört zur Markenpflege

Dass neben kompetenter, digitaler Markenarbeit insbesondere die Kundenpflege nicht zu kurz kommen sollte, hat digicube an ihrem Startevent in eigener Sache effektiv bewiesen. Denn bei digicube ist und bleibt der Kunde König. Nur mit Kunden, die am selben Werbestrang ziehen, wird erst erfolgreiches, analoges und digitales Marketing möglich.

Für Thomas Hagmann, VR Präsident der digicube AG, spiegelt diese Aufbruchstimmung am neuen Standort genau die Philosophie der Digitalagentur wider. «Unser Erfolg hat viele Väter und damit meine ich unser junges, hochmotiviertes Team», welches am Schluss ebenfalls auf der Bühne erschien, um anwesenden Kunden und Partnern ein grosses Dankeschön für die bisherige erfolgreiche Zusammenarbeit auszusprechen. (pr)

digicube AG
Im alten Riet 156, 9494 Schaan
Telefon +423 222 69 70
info@digicube.li
www.digicube.li

ANZEIGE

... QR-Rechnung.