

#ConnectLife – der Podcast von A1
Über digitalisierte Finanzabteilungen und smarte Steuerberatung
Transkript

Sonja Wallner: Am Ende des Tages sagt der Kunde, was wir brauchen. Und die Usability sagt einfach, ja, das ist notwendig. Unsere Kundenanforderungen haben sich geändert, und so müssen auch wir uns ändern. Und daneben wollen wir uns auch entsprechend weiterentwickeln.

Sophie Martinetz: Suchen und Finden ist in der digitalen Welt wirklich schwierig. Hier muss Ordnung geschaffen werden und die Digitalisierung kann hier ... durch die Zentralisierung von Systemen kommen diese Dinge wieder an einen Platz. Und jetzt nicken dann alle: Das ist wahnsinnig viel Arbeit, wieder diese Ordnung herzustellen. Und ich bin da sehr positiv. In zehn Jahren lachen wir über das, worüber wir jetzt geredet haben. Aber jetzt sind wir halt gerade in dieser Umbruchphase.

Martina Steidl: Heute geht es ums Geld. Konkret schauen wir uns in dieser Folge von #ConnectLife – dem Podcast von A1 die Digitalisierung in der Finanz- und Steuerbranche an, und welche neuen Möglichkeiten diese Technologien bereithalten. Egal, ob für Kundinnen und Kunden oder Anbieterinnen und Anbieter. Meine Gäste sind Sonja Wallner, CFO von A1, und Sophie Martinetz, Gründerin der TaxTech Konferenz Wien. Ich bin Martina Steidl. Viel Spaß beim Zuhören.

Frau Wallner, ich darf Sie ganz herzlich begrüßen bei #ConnectLife – dem Podcast von A1. Und ich darf auch gleich gratulieren. Sie wurden ja im Vorjahr als digitalste CFO Österreichs ausgezeichnet.

Sonja Wallner: Ja, ich kann nur sagen, ich oder wir sind wirklich stolz darauf, dass wir den TaxTech Award gewonnen haben und ausgezeichnet wurden. Nur eines möchte ich gleich vorwegschicken: Das ist nicht nur meine Leistung, sondern es ist ganz, ganz fix vor allem die Leistung des gesamten Finance-Teams, das Tag für Tag daran arbeitet, ein Stück digitaler zu werden, die neuen Technologien anzuwenden und dabei trotzdem unsere internen und externen Kunden ganz gut zu bedienen und zu versorgen.

Martina Steidl: Wir digitalisieren Österreich, so lautet ja der Slogan von A1. Worauf sind Sie denn besonders stolz, wenn Sie heute, auch nach über zwei Jahren der Pandemie, auf das Unternehmen blicken?

Sonja Wallner: Also, wenn ich eines sage – ja, auch die Pandemie hat bei der A1 einige Spuren hinterlassen. Auch wenn ich vorwegschicken darf, wir haben schon vorher Homeoffice ermöglicht und auch sehr gefördert und haben natürlich auch digitale Tools bereits im Vorfeld verwendet. Nur eines kann man schon sagen, die Pandemie hat Spuren hinterlassen und hat uns auch dazu getrieben, uns weiterzuentwickeln, in Richtung, wie leben und arbeiten wir in diesem hybriden Arbeitsmodell? Und meines Erachtens schaffen wir das bereits ganz gut. Nur eines sage ich auch, fertig sind wir damit nie. Wir können uns auch Schritt für Schritt immer weiterentwickeln. Und dass es auch so gut geklappt hat, denn auch uns hat die Pandemie und die Homeoffice-Anordnung durchaus überrascht ... aber es ist schon so, dass die A1 Mitarbeiter:innen nicht nur im Finance-Bereich, sondern im Gesamtunternehmen jeden Tag ihr Bestes geben. Und vor allem in der Situation haben wir alles darangesetzt, die digitale Infrastruktur in Österreich aufrechtzuerhalten. Wir hatten drei Prioritäten: einmal Netzstabilität. Also schauen, dass die Österreicherinnen und Österreicher, alle Unternehmen, die uns gebraucht haben, unsere Dienste in Anspruch nehmen können. Und auch, dass es funktioniert. Dann hatten wir als zweite Priorität natürlich die

Gesundheit unserer Mitarbeiter:innen. Und das dritte war, unsere wirtschaftliche Gesundheit aufrechtzuerhalten. Aber in der Priorität haben wir auch unsere Interventionen gesetzt. Unsere Mitarbeiter:innen haben massiv daran gearbeitet, diese Phase gut über die Bühne zu bringen. Und ich kann nur eines sagen, die Aktivitäten, die wir als Unternehmen und als Führungskräfte gesetzt haben, nämlich das Vertrauen, das Zusammenarbeiten wirklich hochzuhalten, auch sozialen Austausch, der ja in dieser ersten Zeit fast nicht möglich war, sei es jetzt durch einen virtuellen Kaffee oder After-Work-Treffen sicherzustellen, oder auch unseren Führungskräften Supervision, Fallbesprechungen in kleinen geschützten Runden anzubieten, das wurde vor allem zu Beginn sehr geschätzt und hat uns auch wirklich weitergebracht.

Martina Steidl: Zum Thema New Work und wie sich unsere Arbeitswelt entwickelt hat und entwickeln wird, was gekommen ist, um zu bleiben, darüber sprechen wir übrigens auch in Folge 4 und Folge 20 unseres Podcasts. Wieder zu Ihnen, Frau Wallner: In unserer Folge heute geht es einmal mehr um die Digitalisierung, und zwar ganz konkret um die Digitalisierung in der Finanzbranche. Wie weit sind wir hier? Was, würden Sie sagen, ist der Status quo?

Sonja Wallner: Also, wenn ich jetzt auch ein bisschen außerhalb der A1 schaue, hat es in den letzten Jahren einen massiven Fortschritt gegeben. Es gab große Veränderungen, die wir wahrscheinlich alle am eigenen Leib erlebt haben, nämlich: Tag für Tag hält die Digitalisierung wirklich Einzug bei uns in unser Leben und wird immer akzeptierter. Und dann gab es die eine oder andere Krise oder die Pandemie, die einfach dann noch mal einen massiven Schub gegeben hat. Und wichtig ist da, zu sagen: Das, was in den täglichen Gebrauch übergeht, das, was einen wirklichen Nutzen bringt, das ist auch das, was die Kunden verwenden und wo es auch immer weitergeht. Und das ist eben Customer Experience, aber auch das Thema Usability. Und schauen wir unser eigenes Verhalten an: Früher war Zahlen mit Bargeld, jetzt haben wir immer mehr Bezahlen mit Kreditkarte, Bankomatkarte. Jetzt, auch in der Pandemie, kam das Thema Smartphone und unsere Smartwatches zum Einsatz oder das Thema Online-Überweisungen. Der eine oder andere kann sich noch erinnern, wir mussten früher auf die Bank gehen, um Überweisungen zu machen. Jetzt sind wir nicht mehr an Zeiten gebunden, um Überweisungen, Online-Bestellungen oder sonst etwas durchzuführen, sondern können das 7/24 durchführen. Und das sehen wir ganz, ganz deutlich.

Martina Steidl: Warum braucht es jetzt auch diese Digitalisierung im Finanzwesen?

Sonja Wallner: Also, es geht einfach darum, dass wir uns nicht abkoppeln können von der restlichen Welt. Und am Ende des Tages sagt der Kunde, was wir brauchen. Und die Usability sagt einfach, ja, das ist notwendig. Wenn ich jetzt innerhalb der A1 schaue, verwenden wir sehr viele Tools, analysieren wir Prozesse und ändern wir auch unsere Organisationsformen. Und deswegen sage ich ganz klar, wir brauchen diese Digitalisierung, weil wir einen Effizienzdruck haben, einen Kostendruck haben. Unsere Kundenanforderungen haben sich geändert und so müssen auch wir uns ändern. Und daneben wollen wir uns auch entsprechend weiterentwickeln. Also, wenn ich jetzt eben schaue, es gibt Tools und Aktivitäten, um unsere Kernfinanzprozesse auch wirklich anzupassen, dann gibt es wirklich Organisationsformen, die sich darum kümmern, dass wir innerhalb der gesamten A1 uns automatisieren, digitalisieren und eben weiterentwickeln. Dann haben wir die Kundenschnittstelle, dann logischerweise die Technik. Und last but not least haben wir sogar die Produktseite, sprich, was bergen sich für uns für Möglichkeiten, dass wir wirklich auf der Marktseite was tun. Schauen Sie mir die Kernfinanzprozesse an, gibt es ganz klar Anwendungen, Tools, die wir einführen. Zum Beispiel haben wir Einkaufstools, die von Beginn des Angebots bis zur Abwicklung, Vertragsverhandlungen, Vertragsdokumentationen, Wareneingang und schlussendlich

Buchung der Rechnungen alles automatisieren, digitalisieren und die Themen auch gut dokumentieren, sodass man jederzeit Zugriff hat. Dann gibt es im Accounting die so schöne No Touch Rate, mit der wir uns beschäftigen. Das heißt, wir buchen Themen, ohne dass Menschen hingreifen müssen, sondern nur mehr in der Analyse und in der Qualitätssicherung dabei sind. Dann haben wir so schöne Themen wie Anomalie-Detection. Was bedeutet das? Menschen müssen nicht mehr nach Fehlern suchen, sondern die Tools sagen, da, schau mal da genauer hin, da gibt es eben abnorme Bewegungen, schau hin, ob das auch wirklich passen kann. Und am Ende des Tages sehr, sehr viele Themen wie automatisierter Forecast, der uns sagt, eben in der Prediction, das werden die Ergebnisse sein. Wir prüfen Angebote automatisiert mit genauem Kundenverhalten. Da gibt es sehr, sehr viele Anwendungen, die wir verwenden, um unsere Kernfinanzprozesse besser zu machen.

Martina Steidl: Es gibt ja sogar eine eigene Abteilung, Center of Intelligent Automation. Was können Sie darüber erzählen?

Sonja Wallner: Es geht darum, intelligent zu automatisieren, End-to-End-Prozesse anzuschauen und auch wirklich darauf achtzugeben, dass es sowohl im internen Gebrauch, aber vor allem für die externen Anwender einfacher und besser wird, unsere Dienste zu verwenden. Das beste Beispiel dafür ist der Spätzahler-Service. Es kann immer mal passieren, dass vielleicht ein Konto nicht gedeckt ist oder man einen Zahlschein vergisst einzuzahlen. Und dann werden eben Dienste eingeschränkt. Und diese Einschränkung der Dienste kann der Kunde mittlerweile vollkommen automatisiert in sehr, sehr schneller Art und Weise auch [aufheben] und somit wieder einfach, unkompliziert und viel schneller, wie gesagt, ohne menschliche Interaktion, zu unseren Dienstleistungen zurückkommen, indem er eben eine Einzahlungsbestätigung hochlädt und das vom System automatisiert prozessiert wird und dann eben der Kunde wieder freigeschaltet wird.

Martina Steidl: Kundinnen und Kunden stehen klar im Fokus. Auch da hat sich sehr viel weiterentwickelt.

Sonja Wallner: Eine weitere Ebene ist unsere Kundenschnittstelle. Wir tauchen jetzt seit mittlerweile fast zwei Jahren in die Welt des digitalen, automatisierten Marketings ein. Das heißt, die Kundenbedürfnisse, das Nutzungsverhalten wird angeschaut und dem Kunden werden dann diese Services angeboten. Und auch dafür braucht es keine Menschen mehr, und es werden wirklich punktgenau die sogenannten Triggers ausgenutzt, um die Kunden auch entsprechend mit unseren Produkten zu bedienen.

Martina Steidl: Technisch gesehen heißt das natürlich auch, Stillstand – das geht gar nicht.

Sonja Wallner: In der Technik gibt es noch Themen, nämlich dass wir dort ausbauen, wo der Kunde es auch wirklich braucht. Das heißt, wir sehen Kundenwachstum, wir sehen Nutzungswachstum, und dann schauen wir, dass wir dort eben unsere mobilen Dienste hinbringen oder eben bei Bedarf auch Glasfaser ausrollen, damit wir unseren Kunden perfekte Services entsprechend bieten können. Und last but not least auch noch wirklich Produktentwicklungen, die wir haben, nämlich das sogenannte Plattform-Business, auf dem wir unterwegs sind. Das heißt, dass unser Kerngeschäft erweitert wird um Plattform-Business, das heißt, dass der Kunde sich entweder digital oder online eine Handygarantie ziehen kann oder zum Beispiel Microsoft-Lizenzen zubuchen kann, damit das eben perfekt in Kombination mit unseren Kernprodukten auch von ihm genutzt werden kann. Also, Sie sehen, im Finanzbereich gibt es wirklich eine breite Palette, mit der wir uns beschäftigen, was auch Spaß macht und was wirklich für alle

Mitarbeiter:innen ein Skill und ein Job Enrichment ist, bei dem man auch sehr, sehr große Weiterentwicklungen sehen kann.

Martina Steidl: Sie haben jetzt viele Beispiele und Bereiche genannt, wo sich hier die Digitalisierung quasi schon durchgesetzt hat. Vielleicht noch mal ganz kurz, was sind denn jetzt wirklich die Vorteile auch für Kunden, sage ich mal, oder für die Unternehmen und auch für Ihre Mitarbeiter. Was hat sich im Arbeitsprozess so verändert?

Sonja Wallner: Also, Sie haben eben die Aspekte sehr, sehr gut angesprochen. Wir haben ... Fangen wir bei unseren Kunden an. Der Kunde, die Kundenbedürfnisse ändern sich immer mehr. Ein Kunde will sich nicht mehr an die Shopöffnungszeiten halten, sondern will 7/24 seine Produkte, Dienstleistungen, Services auch bei Störungen und [anderen] Themen gelöst haben. Und das bietet ganz klar die Digitalisierung an, und das ermöglicht auch die Digitalisierung. Wenn ich meine Mitarbeiter anschau, das ist ganz klar eine Weiterentwicklung vom aktuellen Job. Ich habe schon vorhin kurz erwähnt, wir haben die Änderung des Zeitbudgets im Prüfen, Sicherstellen, die Qualitätssicherung kann durch Digitalisierung runtergefahren werden und es geht viel mehr darum, dass man ein Businesspartner ist, dass wir eben das ... dass wir uns als Supporter und Challenger sehen. Das heißt Support, der Fachbereich kann seinen Job machen. Challenger, wir helfen ein bisschen nach, dass die Fachbereiche ihre Ziele besser erreichen. Und ganz klar die Weiterentwicklung. Also, eine Aufgabe ist nicht mehr so eintönig, sondern die Aufgabe ändert sich laufend und kann eben mit einer Weiterentwicklung auch gesehen werden. Und dann am Ende des Tages auch noch die Unternehmensseite. Es ist ganz klar, dass wir eine Möglichkeit haben, eine Effektivität und Effizienz in unseren Abläufen durchzusetzen. Das heißt, dass der Kostendruck, der Effizienzdruck besser wird, aber gleichzeitig auch die Qualität der Arbeiten und Dienstleistungen um einiges besser wird, als es im Vorfeld gewesen ist.

Martina Steidl: Wird es denn bei der Digitalisierung in diesem Tempo weitergehen? Da hat sich ja irrsinnig viel getan. Vielleicht werfen Sie einen Blick in die Glaskugel für uns?

Sonja Wallner: Sie sagen es ganz richtig, es ist die Glaskugel. Ich gehe davon aus, dass der Trend, der sich in der Vergangenheit abgezeichnet hat, ganz klar weiterhin halten wird. Sprich, es wird sicher nicht eine Abkehr von dieser Geschwindigkeit und von dieser Weiterentwicklung geben. Wenn Sie mich jetzt fragen, was genau passiert – ich glaube, das kann keiner vorhersehen. Wichtig ist, die sogenannten schwachen Signale auch wirklich zu beobachten und anzuwenden und offen für Änderungen zu sein, weil das ist das Einzige, was in Zukunft auch Bestand haben wird: Die Änderung ist Bestandteil unseres Arbeitslebens und Lebens.

Martina Steidl: Wird es denn so eine Finanzabteilung dann in Zukunft noch geben oder wird das alles automatisiert ablaufen? Nur mehr über digitale Tools?

Sonja Wallner: Also da ist die Antwort ganz klar ja, es wird die Finanzabteilung auch in Zukunft noch geben. Nur diese Finanzabteilung wird ein klein wenig anders sein. Also, diese Themen mit automatisierten transaktionalen Tätigkeiten werden von Tools durchgeführt. Die Aufgabe wird vielfältiger, wird strategischer, wird datenbasierter, wird hinterfragender, [eine größere Challenge] und stärker in die Strategie der Fachbereiche und des Unternehmens eingebunden. Was bedeutet das für die Mitarbeiter? Augen auf den Wunsch, die Sehnsucht, sich weiterzuentwickeln. Immer wieder die Nase auch in Themen stecken, die vielleicht einen Schritt weiter entfernt sind als die klassischen Finanzthemen. Technischer wird es zum Teil auch, prozesslastiger. Und auf der anderen Seite wird es natürlich auch einen höheren kommunikativen Aspekt dabei geben, und auch einen strategischen Aspekt, der noch stärker werden wird.

Martina Steidl: Also alles interessante Perspektiven eigentlich für jeden von uns, wie auch immer er davon betroffen ist.

Sonja Wallner: Das hoffe ich doch ganz stark. Ich kann auch mich selbst anschauen, wenn ich daran denke, wie sich meine Arbeitsweise durch Covid nochmal verändert hat. Ich kann jetzt sagen, ich bin zu fast 100 Prozent papierlos. Die Verwendung von Tools – auch wenn ich sage, ich habe vorher schon sehr gerne digital und technisch gearbeitet –, die Weiterentwicklung von agilen Organisationen, der Art und Weise, wie wir steuern, wie wir unsere Aufgaben auch durchführen. Die technologischen Hilfsmittel, die zum Teil auch die neuen Tools bieten, sind wirklich ganz fein. Und diese Digitalisierung bedeutet auch eine viel höhere Transparenz, viel bessere Datenbasis. Und das kommt natürlich mir und meiner Organisation zugute, dass wir uns auf datenbasierte Entscheidungen fokussieren und immer wieder sagen: Es braucht die Transparenz. Und diese Transparenz führt dann auch dazu, dass wir bessere Entscheidungen treffen, um für die Zukunft gerüstet zu sein.

Martina Steidl: Vielen, vielen Dank, Frau Wallner, für das interessante Gespräch.

Sonja Wallner: Vielen Dank für die Einladung und für die Gedanken, die ich teilen durfte.

Martina Steidl: Sonja Wallner, CFO von A1, hat uns jetzt schon viel über die Digitalisierung im Finanzwesen erzählt. Von Sophie Martinetz hören wir jetzt alles, was wir über TaxTech wissen sollten.

Ich darf jetzt Sophie Martinetz begrüßen. Herzlich willkommen, Sophie, bei #ConnectLife – dem Podcast von A1.

Sophie Martinetz: Danke, willkommen, danke, dass ich auch da sein darf. Ich freue mich sehr.

Martina Steidl: Sophie, du bist unter anderem Gründerin der TaxTech Konferenz. Letztes Jahr hast du Sonja Wallner als digitalste CFO ausgezeichnet und mit ihr haben wir schon über die Digitalisierung im Finanzbereich gesprochen. Aber was bedeutet nun TaxTech genau?

Sophie Martinetz: TaxTech bedeutet genau gar nichts genau, weil wir sind total in einer Umbruchzeit in der Digitalisierung. Und TaxTech bedeutet eigentlich dieses Thema Steuer und Technologie. Natürlich wird schon seit Jahrzehnten gerade im Steuerberatungs- und im Steuerbereich das Thema Excel, Word und so weiter verwendet. Aber es geht jetzt im nächsten Schritt hinauf. Es geht jetzt um das Thema Digitalisierung und darum heißt es Tax Technology, weil sämtliche Digitalisierungsthemen eigentlich diese Abkürzung haben, also bei Legal Technology sagen wir etwa LegalTech. Das ist immer diese Abkürzung. Da geht es aber darum, dass man in einem speziellen Rahmen eben ganz konkret auf die Branche Steuer schaut. Welche Technologien und Digitalisierungsansätze bringen einen hier weiter oder wer probiert was aus? Und wir haben die TaxTech Konferenz gegründet, weil wir gesagt haben, diese Themen müssen besprochen werden. Und zwar nicht nur immer schwarz-weiß, wie Artificial Intelligence ist gut oder schlecht, gut oder böse, schwarz-weiß, oder es wird uns alle umbringen. Sondern es geht wirklich darum, differenziert zu diskutieren, was bringt sie uns für einen Mehrwert, die Technologisierung? Und was bedeutet Digitalisierung? Weil Digitalisierung bedeutet eben nicht nur, Technologie einzuführen, sondern ganz konkret Dinge auch neu zu denken. Und da sehen wir, dass das eigentlich das große Manko ist. Leute glauben einfach, ich nehme jetzt ein Tool, ich setze irgendetwas ein, ich kaufe was, so wie ich Netflix herunterlade. Ja, und dann bin ich in der neuen Welt. Nein, es ist mehr. Es ist

Veränderung. Bei den Menschen ist es Veränderung, bei uns in den Gewohnheiten. Es ist Veränderung in den Abläufen und vor allem auch in den Prozessen. Und ich muss mich ganz viel mit mir selbst beschäftigen. Das heißt nicht, dass alles jetzt ein riesiger Aufwand ist. Aber sich diese Zeit nehmen, aus dem operativen Geschäft rauszugehen – und das ist, glaube ich, jetzt das, was die Sonja Wallner besonders gut macht: Strategisch zu überlegen, wo kann uns das helfen?

Martina Steidl: Wer ist jetzt bei dieser TaxTech Konferenz dabei, wenn ihr diskutiert, wenn ihr bespricht, was sich verändert? Was wird gebraucht?

Sophie Martinetz: Mehrere Zielgruppen gibt es natürlich. Das ist ja ein Ecosystem in sich. Eine Community, könnte man neudeutsch sagen. Und im Ecosystem gibt es auf einer Seite natürlich immer die Kunden und Kundinnen. Das sind die großen Corporates. Das ist zum Beispiel die Steuerabteilung der A1 oder die Steuerabteilung der OMV. Die sind auf der einen Seite, die haben als Verantwortung, dass sie für ihr Unternehmen sehr genau das Thema Steuer im weitesten Sinne – ich mache das jetzt unter Führungszeichen, weil das hat ja viele Konsequenzen im Unternehmen – ordentlich managen. Das ist kein Kinkerlitzchen. Da geht es um viel Geld, da geht es um große Haftungen, und das muss ein Unternehmen ordentlich machen. Aber das ist die eine Zielgruppe. Und hier geht es wirklich auch darum, auf der einen Seite zu diskutieren, wie kann man sich selber besser technologisch aufstellen? Also, wie kann man Digitalisierung, wenn man die Menschen mitnimmt, einsetzen vom Anfang bis zum Ende? Prozesse neu denken, indem man nicht sagt, wir haben es immer so gemacht mit Excel, sondern wie kann ich es schneller machen mit Excel, wie kann ich manuelle Aufwände verhindern? Was ist meine Strategie überhaupt? Was will ich erreichen? Weil das Thema ja heutzutage nicht ist, dass wir sagen, wir wollen jetzt Leute loswerden. Im Gegenteil, keiner findet mehr Leute, wir brauchen mehr Leute. Ja, aber, mit der Arbeit, die wir zu tun haben, da können wir nicht mehr alles händisch machen. Also wir müssen wirklich wegkommen und mehr in die Automatisierung, in die Digitalisierung kommen. Die zweite Zielgruppe sind Steuerberater und -beraterinnen auf der anderen Seite, die sehr stark mit den Corporates zusammenarbeiten. Und die haben das Thema, dass sie sagen: Okay, da gibt es jetzt neue Regulatoren, wie zum Beispiel Kontrollsysteme, automatische Informationsflüsse, zum Beispiel auch zur Finanz. Das ist die nächste Zielgruppe. Die müssen auch selber lernen, ganz banale Dinge zu machen wie, ich weiß nicht, wer jetzt dazugehört und wer einen Steuerberater hat und vielleicht ein kleines Unternehmen ist. Ja, wie mühsam es ist, allein Belege digital an einen Steuerberater zu bringen bzw. selber zu digitalisieren. Nur 20 Prozent aller Belege in ganz Österreich werden überhaupt digitalisiert. Ja, das ist natürlich Wahnsinn. Also allein diese banalen Themen einmal aufzunehmen und auch, dass die Steuerberater sehen, dass das ein Mehrwert ist, weil es wird ganz viel darüber geredet und wahnsinnig viel Marketing gemacht. Aber, ich habe eine kleine Firma. Ich muss ehrlich sagen, ich machs noch immer händisch. Ja, weil das ist die Realität. Also die Steuerberater, die einen ganz großen Druck auf die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen haben. Also ich sage jetzt nicht, ist der Roboter der bessere Mitarbeiter oder die bessere Mitarbeiterin, aber die haben ein irres Ressourcenproblem. Heute will keiner mehr Buchhaltung machen. Wir reden auch von so banalen Dingen wie digitale Buchhaltung. Das ist natürlich nicht banal. Diese Jobs will keiner mehr machen und man kriegt die Leute nicht mehr. Also, wenn ich heute Lohnbuchhalterin wäre, ich hätte morgen einen Job. Ich hätte heute noch einen Job. Das ist natürlich auch ein hochqualifiziertes Wissen, das man im Kopf haben muss. Aber viele Dinge sind auch Routinetätigkeiten. Und wie kann ich die Leute auch davon befreien? Und das intelligent mit strukturierten Daten abbilden. Das ist die zweite Zielgruppe. Die dritte Zielgruppe sind natürlich die Zuhörer, die mitdiskutieren, ist die Finanz. Die Finanz hat natürlich einen enormen Hebel. Wenn die Finanz was ändert – ich meine, Finanz Online ist ja schon vor Jahrzehnten eingeführt worden. Das ist eine enorme Veränderung. Und wenn

die Finanz sagt, wir gehen strukturierter mit Daten um, wir schauen uns Daten an, wenn ihr uns Daten strukturiert zur Verfügung stellt, dann ist die Wahrscheinlichkeit, dass wir euch prüfen, vielleicht geringer, weil wir wissen, dass alles in Ordnung ist. Und das hat natürlich einen enormen Effekt auf die ganze Branche, auf die Corporates, aber auch auf die Steuerberater:innen. Und die vierte Gruppe, die uns sehr wichtig ist, sind die Jungen. Das ist auf jeden Fall der Nachwuchs, also die Studierenden und die Universitäten. Was kommt denn hier? Was ist wichtig, was braucht ihr auch? Wie seht ihr die Welt? Weil ich rede ja immer von meiner Welt. Ich bin unzufrieden, wie vieles läuft, und das muss man auch sagen. Es gibt große Hoffnung, dass uns diese Generation X oder Y oder wie auch immer rettet. Aber es müssen schon wir uns selber retten. Und deshalb muss man Leadership jetzt zeigen und jetzt die Weichen stellen. Aber dafür ist der Dialog ganz wichtig, dass man das hat. Und die fünfte Zielgruppe, jetzt habe ich es fast vergessen, nämlich das Wichtigste, das sind die TechTax-Technology-Anbieter. Das sind nämlich die, die Technologie entwickeln. Das sind einerseits etablierte Anbieter wie Kernsysteme, die Steuerberater oder Firmen verwenden, aber das sind vor allem auch viele junge, neue Firmen, die sagen, wir trauen uns mal, was Neues und anderes zu machen. Die haben es oft schwer in der Branche, weil es ist eine sehr traditionelle Branche, und wenn man nicht Microsoft ist, oder SAP, muss man mal den Markt überleben und den Markt auch überzeugen, Geld auszugeben für neue Produkte. Und die versuchen wir alle zusammenzubringen.

Martina Steidl: Wie profitieren jetzt all diese, ich sage mal, Kundinnen und Kunden? Du hast ja zum Beispiel Steuerberatungsunternehmen genannt. Wie profitieren die alle von diesen digitalen Lösungen im Bereich TaxTech?

Sophie Martinetz: Total viel. Also, man muss jetzt realistisch sein. Die Digitalisierung ist hier, um zu bleiben. Wir kriegen sie nicht mehr weg. Ich kann mich erinnern, als wir unsere erste Veranstaltung gemacht haben, haben die Leute gesagt, ja, ja, das ist ein Trend, und das überleben wir auch wieder mal. Nein, es ist unter Anführungszeichen leider kein Trend. Es ist hier, um zu bleiben, weil die Welt wird immer komplexer, es wird immer vielfältiger, und die Unternehmen werden immer vernetzter in sich und mit der restlichen Welt, unabhängig davon, ob das jetzt global ist oder nicht global ist. Auch innerhalb Österreichs wird das immer komplexer und das Thema ist, dass man den Überblick nicht mehr hat. Das heißt, man muss wieder schauen, dass man konsolidiert und wieder mehr für den Menschen aufbereitet, die Daten und die Informationen. Die Zeiten, wo man einen Bene-Ordner genommen hat und durchgeblättert hat und eine Information gefunden hat, sind fast vorbei. Also, man muss Daten strukturieren, das heißt, man muss sie in Ordnung bringen. Das ist ja mal ein Mehrwert bei der Digitalisierung. Insgesamt klingt das wahnsinnig banal, aber wir sind in einer Umbruchphase und diese Ordnung zu schaffen ist total wichtig. Ein Beispiel ist eine Corporate-Abteilung: Eine Tax-/Steuerabteilung muss ja zum Beispiel Geldflüsse mit Verträgen und Unternehmensgegenständen verbinden. So, jetzt hat die Rechtsabteilung zwar auch viele Verträge, oder das Business, aber die muss man mal alle finden. Und wie macht man das? In der Vergangenheit ist man rübergegangen, hat sich einen Ordner genommen, A bis K, ja, und hat mal nachgeschaut im Vertrag. Heute, obwohl wir das theoretisch auch in Microsoft machen könnten, oder wo wir halt klassisch ablegen, funktioniert das ganz schlecht, weil es meistens keine dahinterliegenden Prozesse gibt, die auch nicht kontrolliert werden können, und jedes Individuum das selber macht. Jetzt macht es jeder nach bestem Wissen und Gewissen. Ich weiß nicht, wer von Ihnen was ablegen muss. Ist total banal. Aber niemand findet etwas. Also, viele suchen etwas, aber die Betonung liegt auf dem Finden. Suchen und Finden ist in der digitalen Welt wirklich schwierig. Plus zum Beispiel das Thema DSGVO, also Datenschutz, ja, das ist natürlich total relevant. Und ich will jetzt nicht sagen, vielleicht in manchen Dingen – vielleicht schon a bissl überbordend, weil das ist halt so eine Pendelentwicklung. Manche Dinge

liegen einfach in E-Mail-Inboxen. Also, ich versuche jetzt einfach ein ganz banales Beispiel zu geben, wo man sagt, hier muss Ordnung geschaffen werden. Und die Digitalisierung kann hier durch die Zentralisierung von Systemen und durch die Definition von Prozessen ... das heißt, jeder muss leider dasselbe machen oder über ein digitales Tool kann man es gar nicht mehr anders machen, und dadurch kommen diese Dinge wieder an einen Platz. Und jetzt nicken dann alle: Das ist wahnsinnig viel Arbeit, wieder diese Ordnung herzustellen. Und ich bin da sehr positiv. In zehn Jahren lachen wir darüber, worüber wir jetzt geredet haben. Ja, aber jetzt sind wir halt gerade in dieser Umbruchphase. Das ist ein Riesenthema. Davon profitieren Leute. Aber, noch einmal aber, dafür muss ich mir Zeit schaffen. Das funktioniert halt auch wieder nicht auf Knopfdruck. Weil, wenn jetzt diese Steuerabteilung sagen muss, ich brauche den Vertrag. Was machen Sie? Sie rufen in Wirklichkeit in der Rechtsabteilung an und sagen du, wir brauchen diesen Vertrag. Da sagen die, ah ja, da kann ich mich erinnern, das hat der Franz gemacht. Dann geht es zum Franz. Der sagt, ja, ja, ich glaube ja. Wann war das? Der sucht es in seiner Inbox. Der ruft dann den Vertriebler an, der das eigentlich unterschrieben hat. Und der schickt dann den Vertrag am Schluss. Bei der A1 funktioniert das sicher alles ganz anders und sicher schon auf Knopfdruck. Sollte es eigentlich auch. Ja, aber das ist ein konkretes Beispiel, ganz banal, wie man es machen kann. Die nächste Stufe wäre dann Artificial Intelligence oder andere Methoden, wie man Dinge dann suchen, auffinden kann, vergleichen kann zum Beispiel. Also dass man schneller Dinge aus sich selber schließt, inhaltlich. Da geht es ganz stark über Texte, aber auch über Zahlen. Und da gibt es einfach immer bessere Systeme, die auch standardmäßig angeboten werden. Da brauchen wir jetzt keine Hexerei machen, aber wir müssen uns ganz klar überlegen, wo tut es mir weh, wo brauche ich was, wie kann ich das gestalten? Das ist die Aufgabe.

Martina Steidl: Du hast gemeint, in zehn Jahren lachen wir darüber. Wo siehst du denn die größten Potenziale im Bereich TaxTech für die Zukunft bzw. wo liegen noch die Herausforderungen? Du hast ja gesagt, es ist jetzt noch jede Menge Arbeit und irgendwann funktioniert das auf Knopfdruck: finden, suchen, eingeben, digitalisieren, katalogisieren.

Sophie Martinetz: Da gibt es jetzt unterschiedliche Themen. Es gibt natürlich Expertensysteme, also, das fängt an bei der Erbschaftssteuer über – das ist natürlich jetzt für die Corporates nicht wichtig –, aber über UST-Themen, Mehrwertsteuerthemen usw., da gibt es immer sehr viele Speziallösungen auch für die Unternehmen und für die Steuerberater, die gewisse Dinge berechnen müssen zum Beispiel. Da gibt es ganz stark Expertenwissen abzubilden, damit man diese Experten, die Expertinnen dann von ihren Routinearbeiten befreien kann, damit sie wirklich ihre Expertise, zum Beispiel bei der Umgründung von Gesellschaften und so weiter ... dass man auf diese Themen dann die Expertise richten kann. Also das ist immer das eine Thema, ganz viele Spezialprodukte. Da ist die Herausforderung, dieses Wissen, das die Leute zwischen zwei Ohren haben, in ein digitales System [zu überführen], das dann zum Beispiel regelbasiert gewisse Antworten gibt, die jeder abfragen kann, weil in vielen Firmen arbeiten ja viele Menschen und nur eine oder einer ist Experte und Expertin. Dass da die Leute auch auf dieses Wissen zugreifen können. Das ist eine große Herausforderung. Wissen aus Gehirnen in Systeme hineinzubringen, die dauerhaft machbar sind, das ist eine große Herausforderung, ist vor allem für jedes Unternehmen eine große Herausforderung. Und da sehen wir, dass sich eher Branchenplayer wie Verlage, große Firmen dieses Wissens annehmen und das dann automatisiert vielleicht auch den Unternehmen zur Verfügung stellen. Die zweite große Herausforderung ist: keine Menschen. Also, alle klagen darüber, keiner findet Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, egal wie qualifiziert oder unqualifiziert, egal für wie viel Geld. Das ist es auch noch. Also, es geht gar nicht mehr darum ... sondern erstens verändert sich etwas vielleicht an den Menschen, die heutzutage Arbeit

suchen. Zweitens, Corona hat sicher auch einen Teil dazu beigetragen, dass vielleicht Menschen draufkommen, sie kommen mit weniger aus und müssen sich den Stress, also wollen sich gewisse Stressfaktoren nicht mehr zumuten oder sind selbstbewusster geworden, wie sie arbeiten wollen, unabhängig ob Männer oder Frauen. Wobei ich glaube, Frauen sind da vielleicht doch hoffentlich selbstbewusster, schauen wir mal, was die Zukunft bringt. Also, diese Themen und dass dann auch gewisse Arbeiten einfach automatisiert werden müssen. Das ist die Herausforderung, die wir haben. Aber das sind Arbeiten, die eh keiner machen will in Wirklichkeit. Ich meine, es wird schon irgendwer machen wollen, aber die Wahrscheinlichkeit, dass man da Leute findet, die den ganzen Tag Saldenlisten durchgehen wollen oder irgendwas zusammenschreiben wollen, die gibt es einfach eh nicht mehr. Ja, das heißt, das muss man digitalisieren, automatisieren. Dazu braucht man wieder geschickte Leute, die wissen, wie es geht, und das auch machen. Ja, die dritte Chance ist sicher auch dieses Thema. Also mit dem AI-Thema, da bin ich vorsichtig, weil es ist ein bisschen so wie Teenage-Sex, glaube ich ...

Entschuldigung, ich weiß nicht, darf man das so sagen, aber es ist wirklich so: Alle reden drüber und alles andere ist im Mythos verschwunden. Ist sicher eines der Themen, die am höchsten gepusht werden, mit denen am meisten Angst gemacht wird, das aber auch am meisten underperforms. Das heißt, sie liefert eigentlich nicht ab. Dieses auf Knopfdruck sich etwas wünschen, und dann werden Informationen aus bestehenden Inhalten automatisiert, wird alles schon zusammengestellt und es werden Exzerpte gemacht oder tolle Analysen gefahren. Nein, das gibt es leider so auf Knopfdruck noch nicht; erst wenn es richtig aufbereitet ist, aber da werden wir sehen, ob sich da große Sprünge tun. Das nächste Thema ist sicher, überhaupt zu überlegen, wie gehe ich mit meinen Kunden um? Also was ist ein Service, den ich anbiete, und wie kann ich Wege verkürzen? Das ist extrem wichtig. Wege verkürzen in Unternehmen untereinander, Wege verkürzen mit Anbietern wie Lieferanten, Wege verkürzen mit der öffentlichen Hand. Im Fall Finanz zum Beispiel. Das wird alles stärker zusammenwachsen durch die Digitalisierung. Das ist einerseits gut, aber man muss auch sehr klar sagen, jeder hat trotzdem ein Interesse. Wenn alles gläsern wird, das funktioniert natürlich auch nicht, weil natürlich hat jedes Unternehmen auch eine gewisse Strategie, die es jetzt vielleicht jemand anderem nicht erzählen möchte. Also quasi dieses Ausloten von Grenzen versus Freiheit und Transparenz. Das meine ich aber nicht im Sinne von Geheimniskrämerei, sondern das wird nur die Frage sein, wie gehe ich damit um? Der andere große Trend ist natürlich Ethik und Daten. Wir haben unfassbar viele Daten, mit denen kann ich nicht viel machen. Und jetzt ist die Frage, wie wird die Selbstbeschränkung funktionieren. Weil man sagt ja immer, was man machen kann, macht man auch irgendwann. Das ist unabhängig von TaxTech ein großes Thema. Also das bedeutet wirklich, wie wollen wir uns als Gesellschaft da selbst beschränken? Ich glaube, wir brauchen einen Digitalen Ethikrat. Ja, den haben wir leider noch immer nicht, aber vielleicht irgendwann einmal. Der sich mit dieser Fragestellung dann auch auseinandersetzt. Also, das sind so die großen Trends. Am Ende glaube ich, ist der Faktor Mensch der Faktor, der wirklich beschränkt ist. Technologie kann man einsetzen. Technologie kostet aber auch etwas. Es glauben immer alle, anstatt viele Leute zu nehmen, nehmen wir Technologie und es kostet uns nichts. Nein, es geht wirklich darum, dass wir auch die Menschen finden, die das dann anwenden können. Und da sehe ich eine große Verantwortung der Unternehmen und auch der Steuerberater und auch in der öffentlichen Hand, dass man da jetzt auch zukünftig anders denkt und Technologie mit einbaut. Tax Technology. Aber nicht als Selbstzweck, sondern wie man das am besten machen kann, gemeinsam.

Martina Steidl: Das heißt aber, sowohl Menschen als auch Technologie werden sich weiterentwickeln müssen oder entwickeln sich automatisch weiter.

Sophie Martinetz: Ich hoffe schon. Es ist auch unsere Verantwortung. Ich will aber nur eines sagen: Wir schauen immer ganz gebannt auf diese 25-Jährigen bis 30-Jährigen und

hoffen, dass die uns retten werden, wie ich vorhin schon gesagt habe. Ich glaube, alle 40 plus, die die Macht haben, die an den Hebeln sitzen, die Dinge machen – diese Menschen müssen einfach jetzt überlegen, wie wollen wir, dass es jetzt weitergeht? Natürlich müssen das unsere Kinder oder die Jüngeren vielleicht besser machen als wir, aber wir haben jetzt die Möglichkeit, die Weichen zu stellen. Insofern, weil du sagst, ja, wir entwickeln uns automatisch weiter ... Also automatisch glaube ich nicht, aber die Veränderung geht immer von Einzelpersonen aus. Ist auch ein Grund, warum die Sonja Wallner von uns einen Preis bekommen hat. Weil sie halt vorausdenkt. Das muss man schon auch sagen. Man braucht halt Leute. In vielen Expertenorganisationen sind zum Beispiel CFOs oder Leute in Expertenfunktionen am Ende die besten Experten, die Expertinnen. Aber da braucht man einfach Menschen, die Leadership ... das klingt jetzt ein bisschen abgedroschen, ich weiß, aber die halt einfach sagen, so ist es, wir müssen uns strategisch mit den Themen auseinandersetzen. Ganz banal die digitale Signatur. Was im Unternehmen allein banal unterschrieben wird jeden Tag, ist enorm. Durch eine digitale Signatur hat man einen Prozess, eine Nachvollziehbarkeit, ja, eine Automatisierung, eine Zeitersparnis, eine Kostenersparnis. Aber das einmal einzuführen ist enorm schwierig. Da muss man strategischen Willen dazu haben und verstehen, was man tut, und das auch durchsetzen im Unternehmen. Und dafür braucht es Leute, die nicht nur Experten und Expertinnen sind im Bereich, sondern eben verstehen, wir wollen in eine gewisse Richtung gehen.

Martina Steidl: Liebe Sophie, dann sag ich vielen, vielen Dank für den interessanten Input von deiner Seite zum Bereich TaxTech und Digitalisierung. Herzlichen Dank, dass du dir Zeit genommen hast.

Sophie Martinetz: Ich danke dir.

Martina Steidl: Die Digitalisierung hat also auch das Finanzwesen revolutioniert, wovon wir letztendlich durch viele praktische Anwendungen alle profitieren können. Ich sage Danke fürs Zuhören. Wenn ihr Fragen, Anregungen oder Vorschläge habt, Feedback bitte gerne per Mail an podcast@a1.at. Bis zum nächsten Mal!