

# Die Saat der Superblüte: Wie Finanzteams das Unternehmenswachstum fördern

**soldo**



# Inhaltsverzeichnis

---

Einführung	3
<b>Vorwort: Die Superblüte kommt</b>	<b>5</b>
<b>Teil 1: Die Wachstumsperspektiven der Unternehmen im Aufwärtstrend</b>	<b>6</b>
<b>Teil 2: Kein Zurück mehr - Firmen investieren in Wachstum</b>	<b>11</b>
<b>Teil 3: Technologie und betriebliche Reformen, um erfolgreich zu sein</b>	<b>21</b>
<b>Teil 4: Die Entwicklung der Finanzfunktion – von Formeln zu echten Geschäftseinblicken</b>	<b>28</b>
Schlusswort: Empfehlungen von Soldo	35

# Einführung: Begrüßung durch unseren Präsidenten

Die europäische Wirtschaft hat eine außergewöhnliche Zeit hinter sich. Die Unternehmen haben sich zurückgezogen, um die noch nie dagewesenen Herausforderungen zu bewältigen, die durch die Pandemie entstanden sind. Das ändert sich zum Glück. Ein neues Jahr steht vor der Tür und bringt neue Versprechungen für Unternehmen aller Art und Größe mit sich. Die Finanzteams haben sich in den letzten zwei Jahren verändert – nicht nur aufgrund der Pandemie, sondern auch durch die rasanten Fortschritte in Technologie und Automatisierung.

Sie sind nun selbst Akteure des Wandels und treiben Agilität und Innovation voran. Sie sind intelligenter, leistungsfähiger und haben einen besseren Zugang zu Informationen.

In diesem Bericht teilen wir unsere Studie, die wir mit Hunderten von Fachleuten mit finanzieller Verantwortung für kleine und mittlere europäische Unternehmen durchgeführt haben. Wir haben zusätzlich mit zwei Dutzend Personen aus dem Finanzbereich gesprochen, um die Gründe für diese veränderte Einstellung zu erfahren und herauszufinden, was dies für wachstumsorientierte Unternehmen bedeutet.

Dieser Bericht wird zeigen, wie sich Unternehmen durch dynamische Prozesse,

bessere Zusammenarbeit und Prognosen auf Wachstum vorbereiten. Wir laden Sie ein, zu erfahren, wie diese Erkenntnisse Ihr eigenes Unternehmen stärken können.

Wir bei Soldo würden uns freuen, Sie auf dieser Reise zu begleiten. Wenn Sie Unterstützung benötigen, nehmen Sie bitte Kontakt mit uns auf.

**Mariano Dima**  
*Direktor und  
Vorstandsmitglied,  
Soldo*





# Hinweis zur Methodik

*Soldo hat eine Studie bei Coleman Parkes Research, einem unabhängigen Beratungsunternehmen, in Auftrag gegeben. Das Unternehmen befragte im September 2021 900 Personen. Alle Befragten stammten aus Unternehmen mit 1,000 oder weniger Beschäftigten aus Deutschland, dem Vereinigten Königreich, Irland, Belgien, Luxemburg, den Niederlanden, Italien und Frankreich. Alle Befragten waren Entscheidungsträger mit Verantwortung für Finanzautomatisierungs- und Technologielösungen und/oder Genehmigungsbefugnis und Überblick über die Finanzaufsicht und Unternehmensausgaben. Dazu gehören Führungskräfte mit Verantwortung für das gesamte Unternehmen, einschließlich CEOs. Die in unserem Bericht zitierten Unternehmen wurden in zwei Kategorien unterteilt – Unternehmen mit 1 bis 50 und Unternehmen mit 50 bis 10,000 Mitarbeitern.*

*Außerdem führten Soldo qualitative Interviews mit mehr als zwei Dutzend Finanz- oder Geschäftsentscheidungsträgern aus hauptsächlich kleinen und mittelständischen Unternehmen durch. Alle Zitate in der Umfrage stammen aus diesen Gesprächen, die im September und Oktober 2021 geführt wurden, sofern nicht anders angegeben. Die Befragten der qualitativen und der quantitativen Umfrage überschneiden sich nicht unbedingt, aber sie haben ähnliche berufliche Aufgaben.*

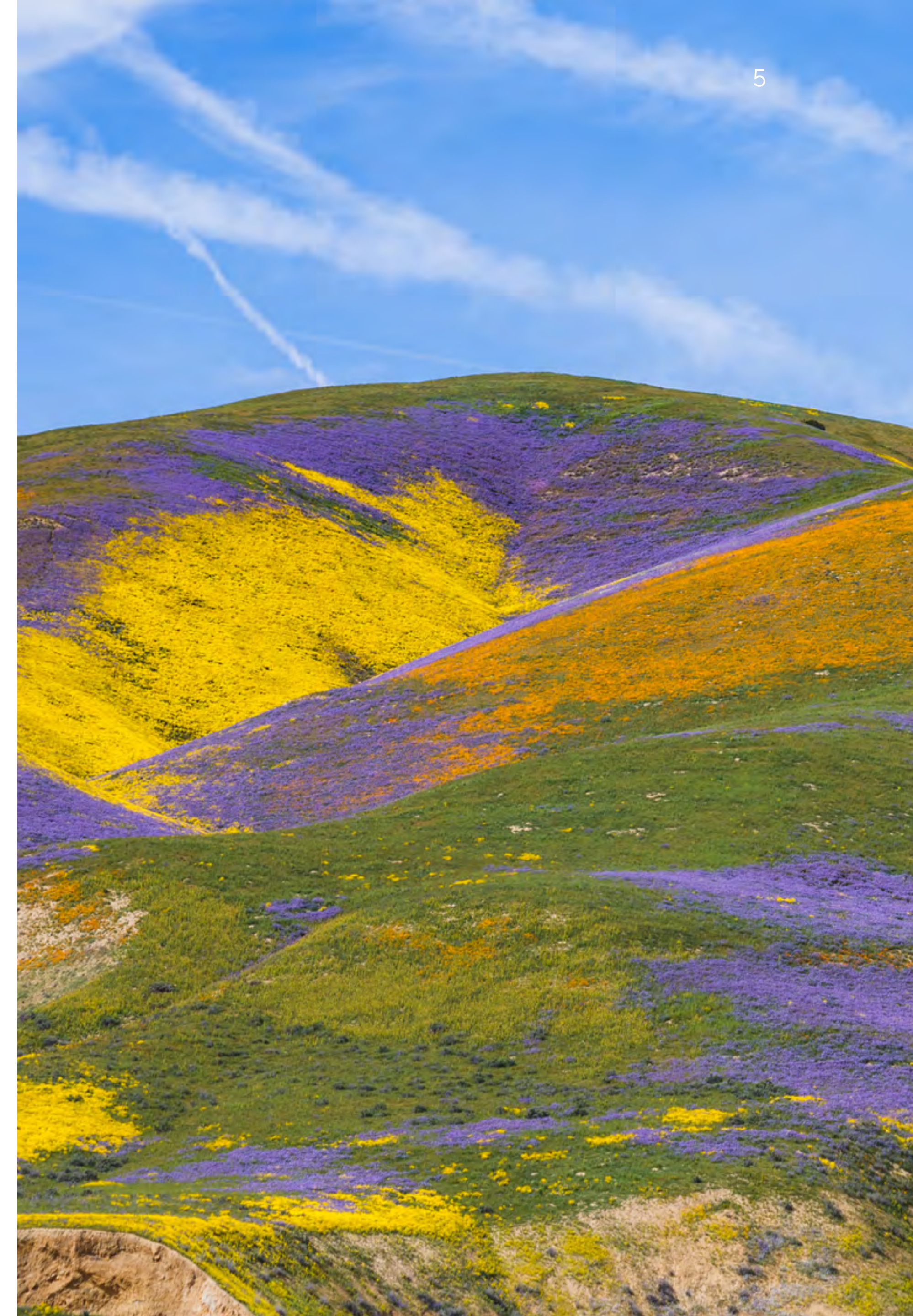




# Vorwort: Die Superblüte kommt

Es gibt ein natürliches Phänomen, das nur unter den seltensten Umständen auftritt. In Wüstenlandschaften schlummern Tausende von Samen monatelang, manchmal sogar jahrelang, vor sich hin. Bei einem Flächenbrand werden dann ihre wachsartigen Beschichtungen durch die Hitze geschmolzen und ermöglichen so die Sauerstoffzufuhr.

Nach der nächsten Regenzeit keimen diese Samen alle zur gleichen Zeit. Das Ergebnis ist eine Blüte von Wildblumen, eine Explosion von Farben in Umgebungen, die vor Kurzem von einer Katastrophe heimgesucht wurden. Das nennt man eine Superblüte.





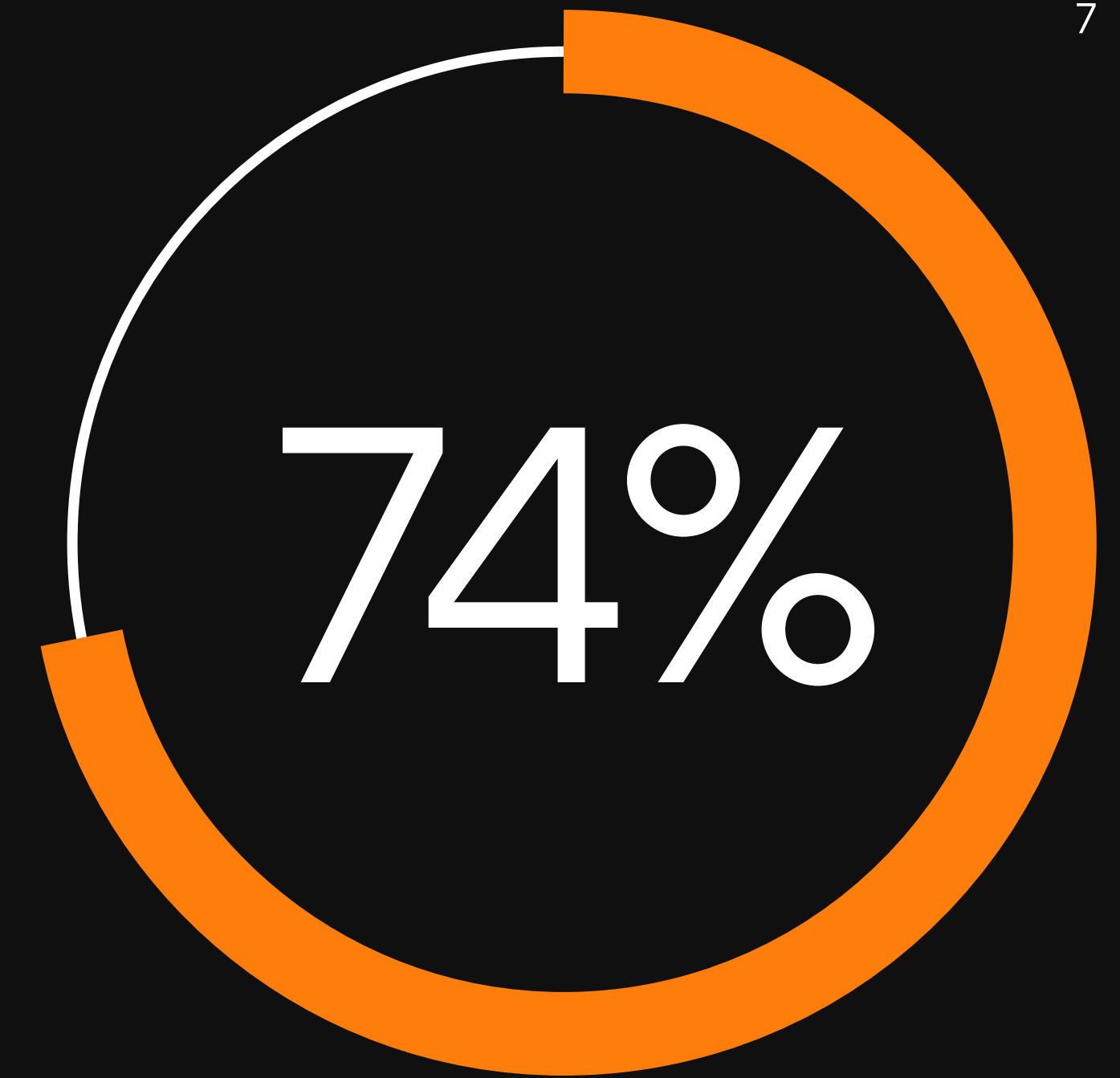
# Teil 1: Die Wachstumsperspektiven der Unternehmen im Aufwärtstrend



# Die Wachstumsperspektiven der Unternehmen im Aufwärtstrend

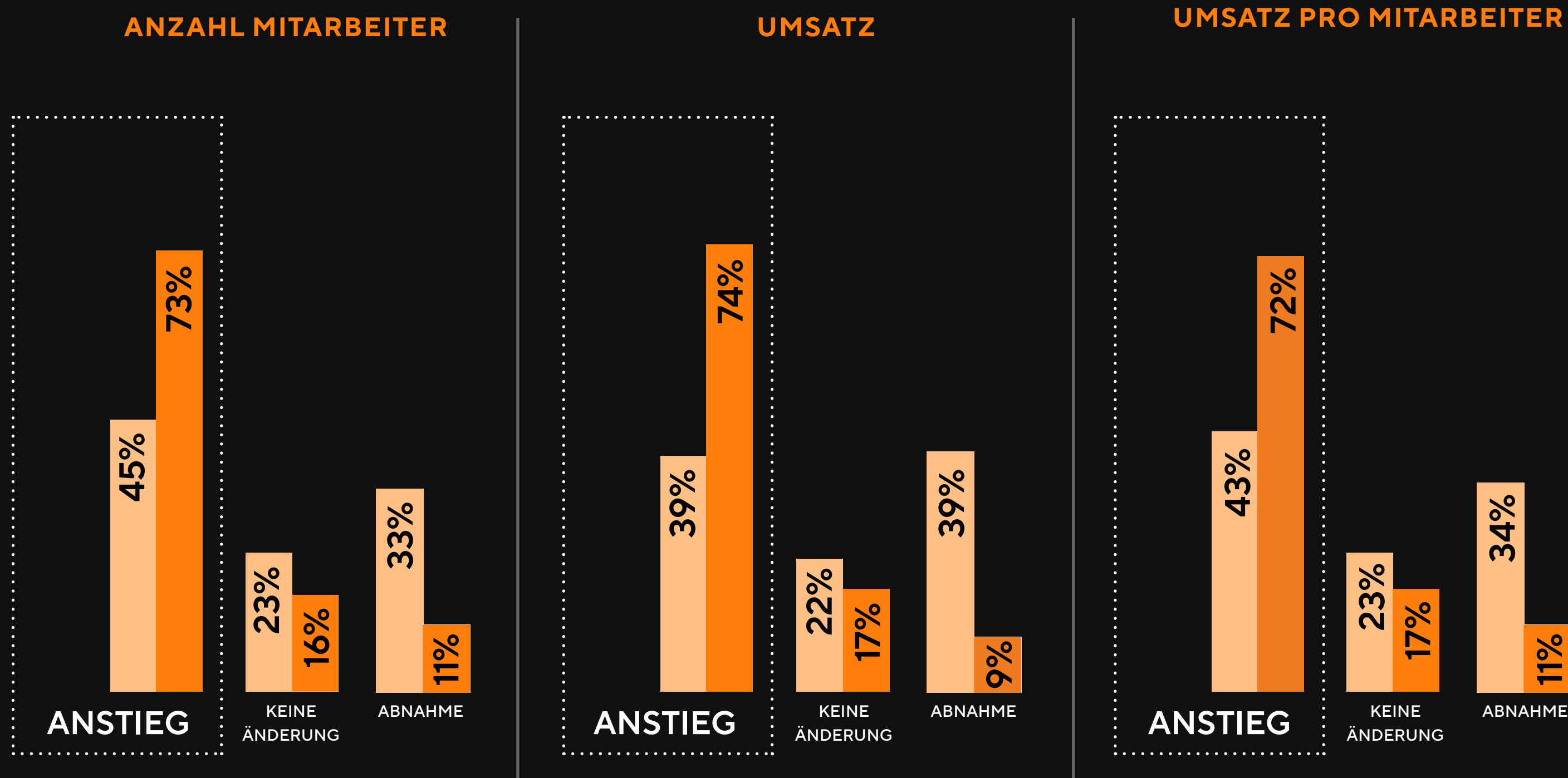
Unternehmen gehen mit neuem Optimismus in den Planungszyklus für 2022, da die jahrelangen Kürzungen einer Konzentration auf Wachstum weichen. Sie haben eine äußerst schwierige Zeit voller turbulenter Marktbedingungen und anschließender Lockdowns, die sich über den Kontinent erstreckten, erfolgreich gemeistert. Dieser Optimismus wurde durch die neuen Bedenken hinsichtlich der Lieferkette und des Inflationsdrucks bei Waren und Dienstleistungen bisher noch nicht gedämpft. Der Trend zieht sich durch alle in der Umfrage von Soldo erfassten Sektoren und Regionen, darunter Deutschland, das Vereinigte Königreich, Irland, Frankreich, Italien und die Niederlande.

74% der Unternehmen erwarten in den nächsten 12 Monaten einen Umsatzanstieg, was eine deutliche Umkehrung des Trends der letzten zwei Jahre bedeuten würde. Nur 52% der Unternehmen meldeten für 2019 einen Umsatzanstieg, ein Anteil, der 2020 auf 43% sank.



74% der Unternehmen erwarten in den nächsten 12 Monaten **einen Umsatzanstieg**, was eine deutliche Umkehrung des Trends der letzten zwei Jahre bedeuten würde.

In den letzten 12 Monaten hat eine große Anzahl an Unternehmen schrumpfende Mitarbeiterzahlen und niedrigeren Umsatz gesehen. Trotzdem sind drei Viertel optimistisch, dass sich dieser Trend im nächsten Jahr umkehren wird.



**Mitarbeiterwachstum:** Mehr als 70% der Unternehmen geben an, dass sie eine Aufstockung des Personalbestands planen, während 11% der Unternehmen davon ausgehen, dass sie in den nächsten 12 Monaten Personal abbauen werden.

**Umsatz:** Eine gleiche Anzahl von Unternehmen (39%) meldete in den letzten 12 Monaten einen Umsatzanstieg bzw. einen Umsatzrückgang. Für die Zukunft erwarten mehr als achtmal so viele Unternehmen ein Umsatzwachstum (74%) als einen Umsatzrückgang (9%).

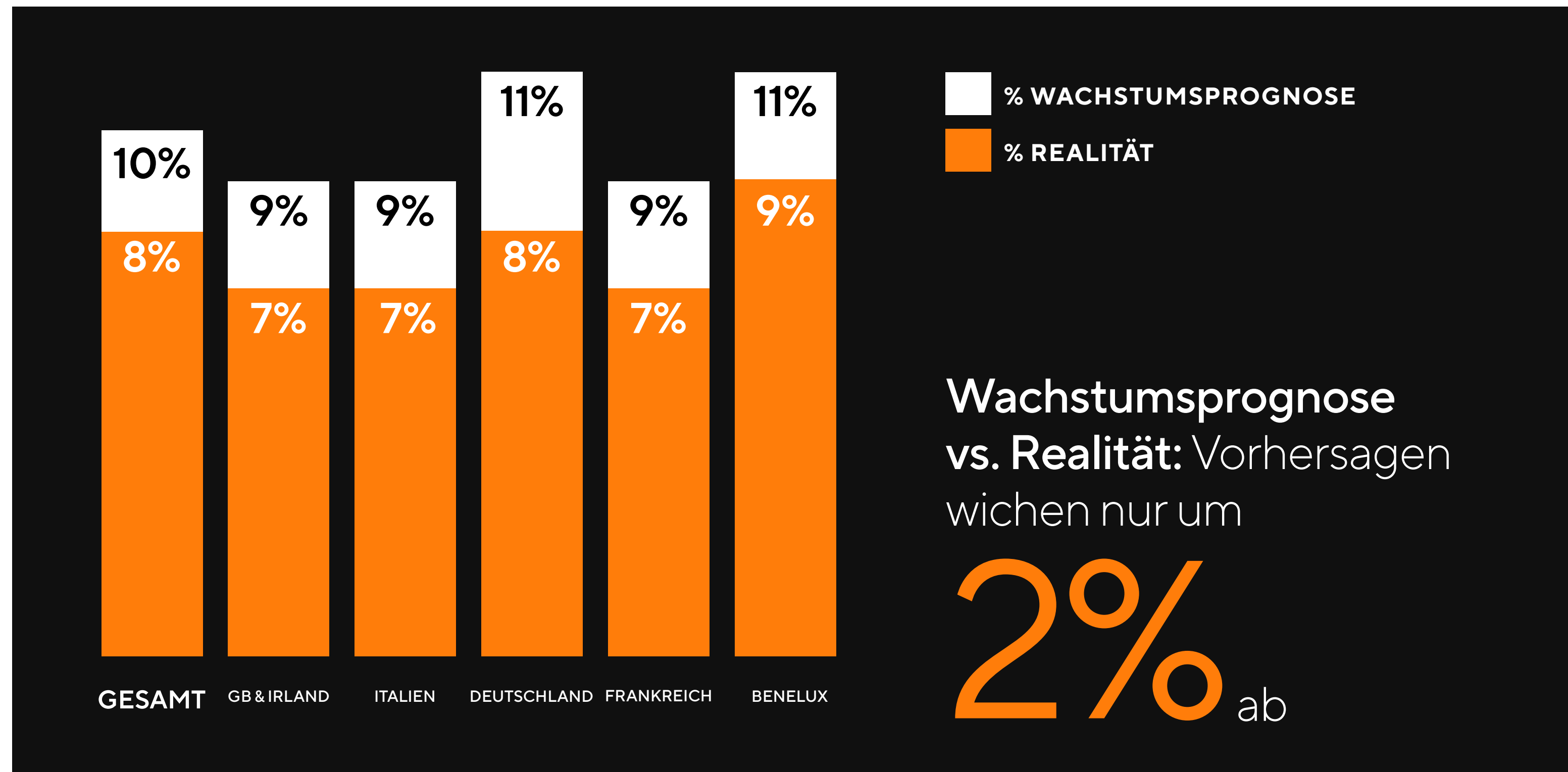
**Umsatz pro Mitarbeiter:** 34% der Unternehmen verzeichneten in den letzten 12 Monaten einen Rückgang des Umsatzes pro Mitarbeiter. Nur 11% gehen davon aus, dass sich dies in den nächsten 12 Monaten fortsetzen wird, während 72% der Meinung sind, dass das Verhältnis von Umsatz zu Mitarbeitern steigen wird.

DIE LETZTEN 12 MONATE  
 DIE NÄCHSTEN 12 MONATE



# Die Genauigkeit von Prognosen

Es gibt Grund zur Annahme, dass diese Projektionen ein genaues Abbild dessen sind, was auf Unternehmen zukommen könnte. Bei einem Vergleich ihrer Wachstumsprognosen mit dem tatsächlichen Wachstum war der Unterschied gering. Die Unternehmen meldeten ein tatsächliches Wachstum von 8% gegenüber den ein Jahr zuvor prognostizierten 10%.





# Stärkung der Widerstandsfähigkeit durch Kundenbindung und Produktdiversifizierung

*„Die Pandemie hat sich als Herausforderung für die Transportbranche erwiesen, insbesondere für Unternehmen, die eher mit der Beförderung von Personen als von Fracht zu tun haben. Unser Geschäft konzentriert sich ausschließlich auf die Beförderung von Fahrgästen in Norddeutschland und darauf, die Servicequalität zu verbessern, um bei unseren Fahrgästen die höchsten Zufriedenheitswerte landesweit zu erzielen.*

*Dennoch haben wir es geschafft, unseren Betrieb auch in den schwierigen Zeiten aufrechtzuerhalten. Wir haben alle Sicherheitsprotokolle eingehalten, was uns dabei geholfen hat, eine Betriebserlaubnis zu erhalten, und uns nach der Pandemiekurve auch schnell wieder erholt. Diese Pandemie hat uns gelehrt, dass wir über ein breit gefächertes Geschäftsportfolio verfügen müssen, das uns hilft, geschäftliche Verluste unabhängig von unserer Branche zu bewältigen.*

CFO, mittelständisches  
Transportunternehmen, Deutschland





# Teil 2: Kein Zurück mehr - Firmen investieren in Wachstum



# Kein Zurück mehr – Firmen investieren in Wachstum

Da die überwiegende Mehrheit der europäischen Unternehmen auf Wachstum eingestellt ist, stellt sich die Frage, wie sie das prognostizierte Wachstum erreichen können. Unternehmen müssen die verlorene Zeit aufholen und die Gelegenheit zur Umsatzsteigerung nutzen, aber auch strategisch überlegen, wo sie am besten positioniert sind, um in diesem neuen Geschäftsumfeld Kapital zu schlagen. Wie generieren Unternehmen Umsätze und wie positionieren sie sich, um das Beste aus der aktuellen Marktsituation zu machen?

Unternehmen müssen überlegen, wie sie Erfolg definieren. Die beliebteste Kennzahl ist das Wachstum des Umsatzes – 65% der Befragten gaben an, dass sie zu den fünf

wichtigsten Prioritäten ihres Unternehmens zählt. Gleich dahinter lag die Rentabilität mit 59%. Bei kleineren Unternehmen steigt diese Zahl auf 67%, da sie angesichts des Drucks, Investoren und Analysten ihren Wert demonstrieren zu müssen, mehr auf beständige Rentabilität achten. Die größeren Unternehmen verfolgen ähnliche Hauptprioritäten, jedoch sind die Schwerpunkte Betrieb, Kundenbindung und Kundenerfahrung gleichmäßiger verteilt. Zu den weniger häufig genannten, aber dennoch wichtigen Erfolgskennzahlen gehören Kosteneffizienz und Risikomanagement. Dies sind die Wege, auf denen Unternehmen ihre Wachstums-Roadmap für das Jahr 2022 entwickeln – mit sorgfältiger Überlegung und strategischer Ausrichtung von Investitionen.



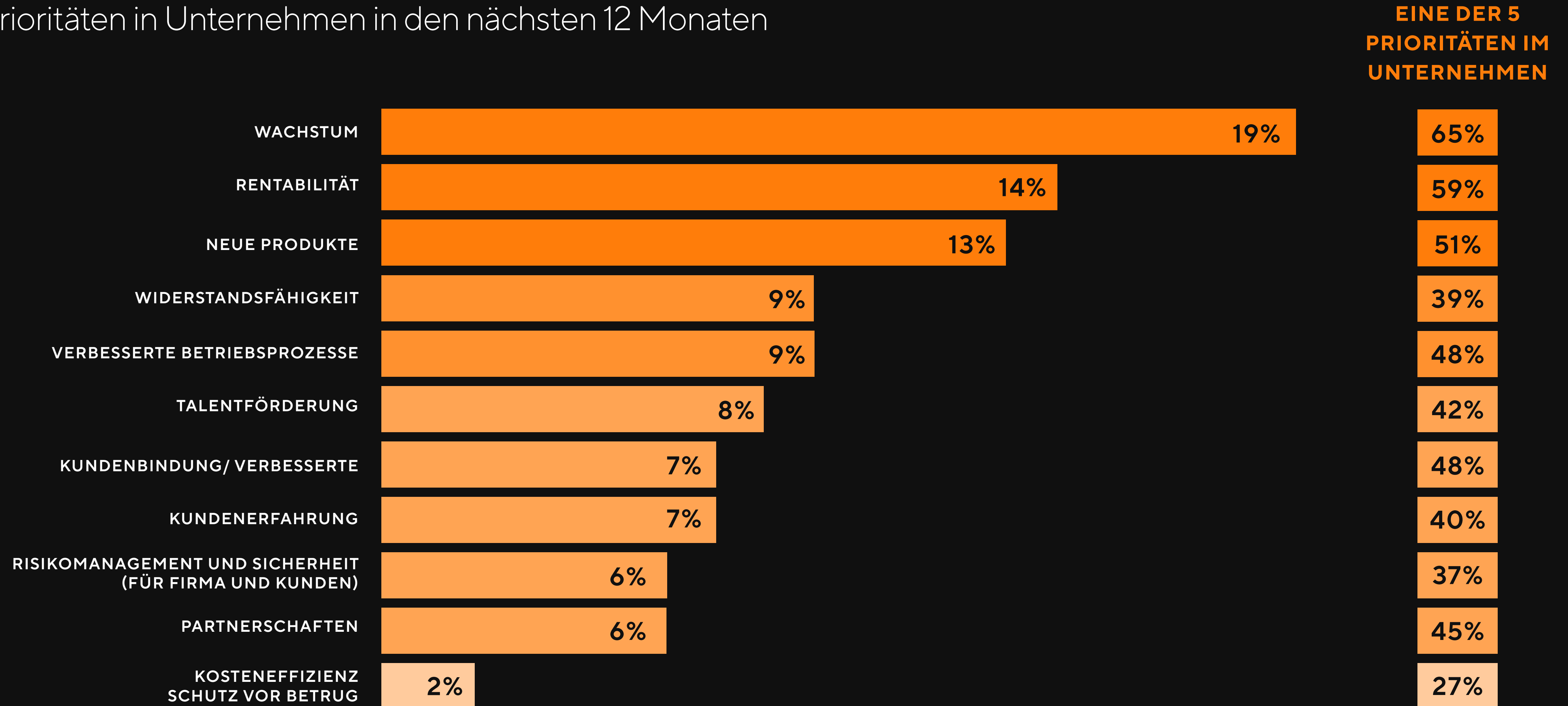
65% zählen **Umsatzwachstum** zu ihrer wichtigsten Erfolgskennzahl.



59% achten auf die **Rentabilität** – in kleineren Firmen ist dies sogar für 67% ein Zeichen von Erfolg.



## Prioritäten in Unternehmen in den nächsten 12 Monaten





# Die Weichen für Wachstum stellen und gleichzeitig das Risiko ausgleichen

*„Unsere Wachstumstreiber sind die Rückkehr zur Normalität und der Weg der Erholung, um wieder rentabel zu werden. Die Tatsache, dass die Pandemie noch nicht ganz von der Bildfläche verschwunden ist, ist eine der Bedenken, die unser Wachstum in Schach hält – wir stehen gedanklich nach wie vor zwischen der Einstellung, jetzt mit voller Kraft loszulegen, und der Frage, ob wir uns nicht doch noch etwas zurückhalten sollten, um auf weitere Katastrophen vorbereitet zu sein.“*

*„Wir sind vielleicht nicht auf alle Herausforderungen der Zukunft vorbereitet, aber es ist wichtig, dass wir uns so aufstellen, dass wir auch unter schwierigen Bedingungen erfolgreich sind. Infolge der Pandemie haben wir unser Produktportfolio erweitert und einige Veränderungen in unseren Einrichtungen vorgenommen, die sich auch langfristig für uns auszahlen werden.“*

CFO, Lebensmittelhersteller, Frankreich

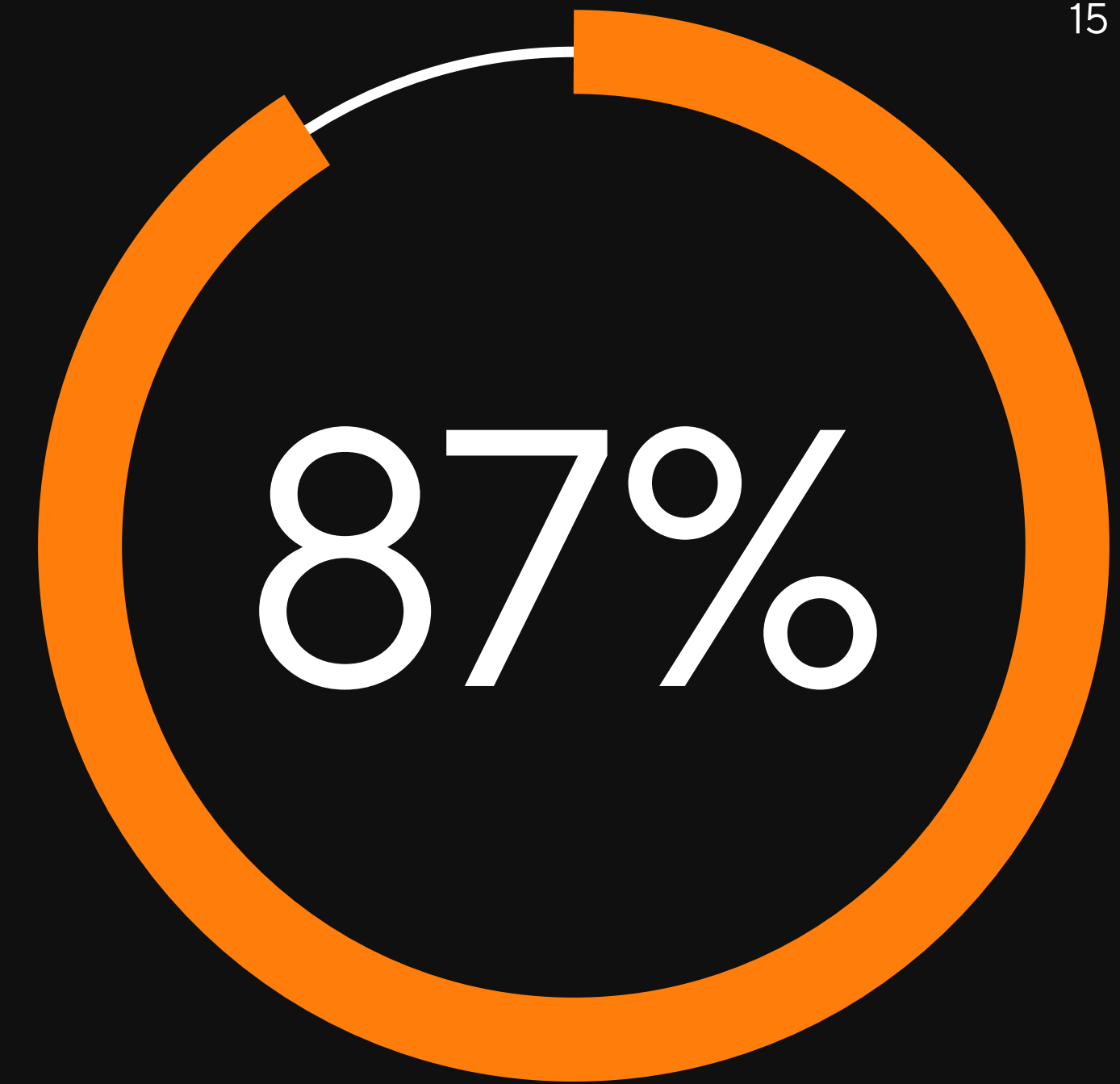




# Schritt 1 - Eine nachhaltige Strategie für langfristigen Erfolg

Wenn Unternehmen ihr Wachstum planen, stellt sich zunächst die Frage, ob sie die während der Pandemie vorgenommenen Kürzungen rückgängig machen sollen. Kürzungen als Reaktion auf die Pandemie waren in Unternehmen aller Größenordnungen und auf dem gesamten Kontinent weit verbreitet. In der Umfrage berichteten 88% der Unternehmen von sinkenden Kosten aufgrund der Pandemie, während 74% der Befragten sich aktiv für Kostensenkungen entscheiden mussten, wobei es sich jedoch im Allgemeinen um geringfügige Senkungen handelte. Die Mehrheit der Befragten (9 von 10) hat diese Kürzungen inzwischen rückgängig gemacht.

Entscheidend ist jedoch, dass die meisten Befragten der Meinung sind, dass Kürzungen nicht der Hauptfaktor für das Wachstum oder die Rentabilität eines Unternehmens sein werden. Die Unternehmen sind bereit, Ausgaben zu tätigen, um die langfristige Rentabilität zu sichern und in Schlüsselbereiche zu investieren, die für die Kontinuität des Geschäftsbetriebs notwendig sind. Knapp drei Viertel sind der Meinung, dass dies ihre Ausgabenentscheidungen beeinflussen wird.



87% aller Unternehmen berichten von niedrigeren Kosten während der Pandemie.

9 von 10 Unternehmen haben Kürzungen inzwischen rückgängig gemacht.





# Balance der Investitionen und Einsparungen

*„Ich würde sagen, dass man, wenn man nicht sehr, sehr klug mit seinen Ausgaben umgeht, nicht erwarten sollte, dass man, wenn man ein Euro mehr investiert, quasi für immer und ewig ein höheres Einkommen erzielt. Aber gleichzeitig bin ich der Meinung, dass man nicht mehr erreichen kann, wenn man nicht mehr investiert. Es geht also darum, das richtige Gleichgewicht zu finden, die Renditen, die man mit seinem Wachstum erzielt, wirklich zu analysieren und mehr von dem zu tun, was funktioniert.“*

Claire Wain, CFO, Monsoon & Accessorize



Erwartete Unternehmensausgaben in den nächsten 12 Monaten

**INVESTITIONEN IN KERNBEREICHE FÜHREN ZU LANGFRISTIGER RENTABILITÄT**

72%

**INVESTITIONEN IN KERNBEREICHE SIND WICHTIG FÜR UNTERNEHMENSWACHSTUM**

71%

**KOSTENEINSPARUNGEN SIND EIN TREIBER FÜR LANGFRISTIGE RENTABILITÄT**

58%

**KOSTENEINSPARUNGEN WÄHREND DER PANDEMIE MÜSSEN BEIBEHALTEN WERDEN**

50%

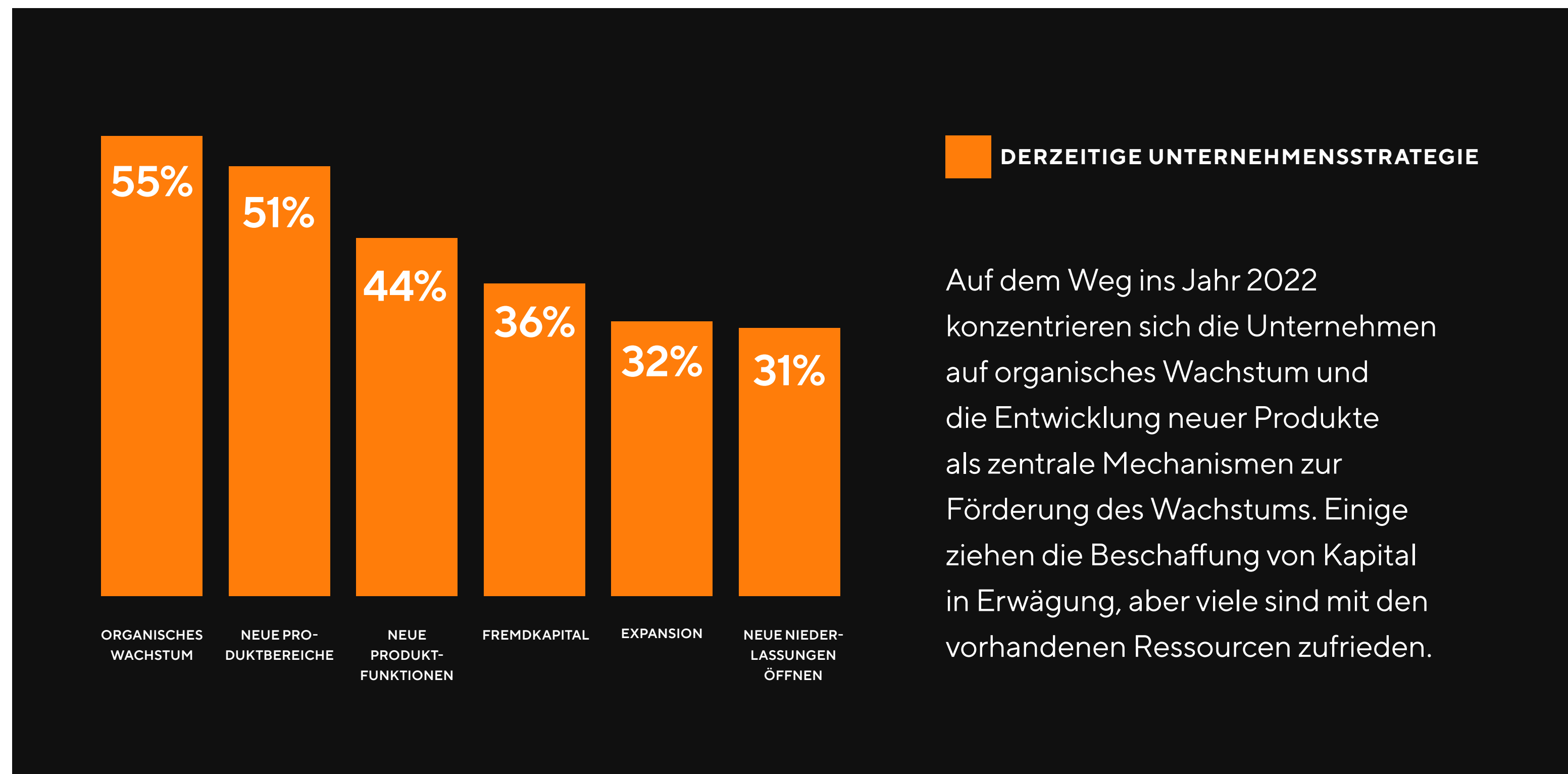
**Erkenntnis:** Bis 2022 werden Investitionen in Schlüsselbereiche als Treiber für langfristige Rentabilität anerkannt. Unternehmen werden dort investieren, wo ihre Investitionen Mehrwert schaffen – aber unnötige Ausgaben reduzieren.

Insgesamt gibt es bei der Untersuchung von Unternehmensstrategien für Wachstum keine einfache Formel. Zusätzliche Investitionen führen nicht direkt zu zusätzlichem Erfolg, vielmehr kommt es bei der Investitionsrendite vor allem auf strategische Entscheidungen an.



# Schritt 2 - Neupositionierung für Wachstum mit datengestützten Erkenntnissen

Die häufigsten Wachstumsfaktoren sind organisches Wachstum (55% in den aktuellen Plänen), die Einführung neuer Produktbereiche (51%) und neue Produktfunktionen (44%). Fremdkapital (36%) und der Verkauf von Unternehmensteilen wurden nicht als allgemein beliebte Mittel zur Erzielung von Wachstum angesehen. Die Spannungen bleiben bestehen, während die Unternehmen die Produktivität steigern, das Beste aus den vorhandenen Ressourcen machen und gleichzeitig das zukünftige Potenzial der Produktentwicklung ausbauen, um neue Einnahmequellen zu erschließen.





# Lernen aus Kundendaten als Quelle der Wahrheit

*„Während wir unser Online-Geschäft von einem sehr niedrigen Niveau aus sehr erfolgreich ausbauen konnten (um 300–400% in einigen Wochen während des Lockdowns), war das Kundenverhalten nach der Wiedereröffnung der Läden eindeutig: Wir haben gesehen, dass wir zwar weiterhin in soziale Medien investieren und die Marke digital ausbauen, aber die meisten unserer Kunden – mehr als 80% – nach wie vor in unseren Läden einkaufen.“*

Claire Wain, CFO, Monsoon & Accessorize

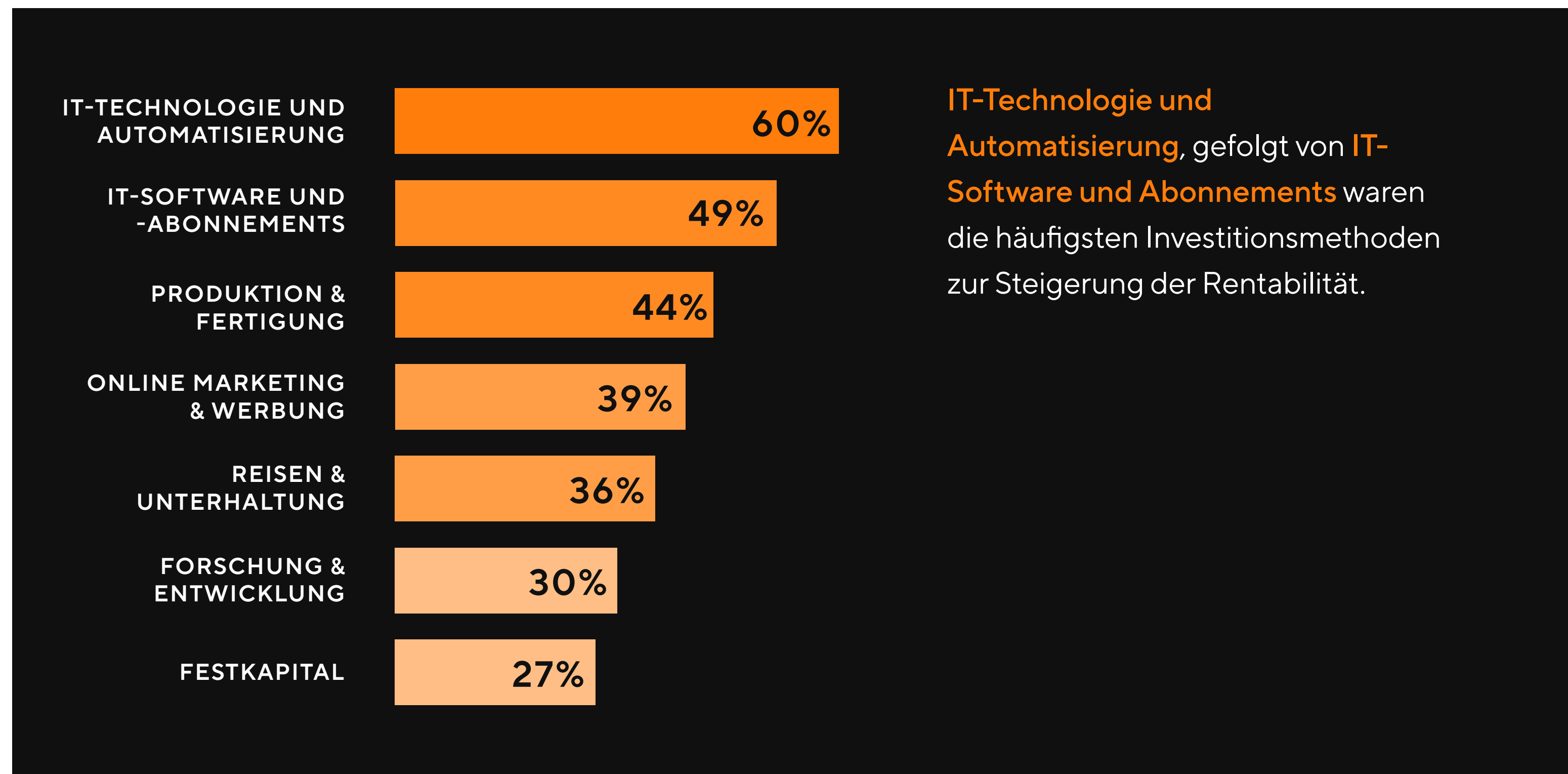




# Schritt 3 - Kerninvestitionen tätigen, die sich auf den Gewinn auswirken

Die Unternehmen tätigen im kommenden Jahr wichtige Investitionen in bestimmte Geschäftsbereiche und bereiten sich so auf eine arbeitsreiche Zeit vor. Die Kosten sind gerechtfertigt, wenn im Gegenzug ein Mehrwert geschaffen wird, wobei die Mehrheit der befragten Unternehmen auf Technologie und Automatisierung setzt.

Die häufigsten Bereiche für Investitionen zur Steigerung der Rentabilität sind IT-Technologie und Automatisierung (60%) sowie IT-Software und -Abonnements (49%). Die Technologie wird mehr als jeder andere Bereich, wie z. B. die Gehaltsabrechnung für Mitarbeiter und Auftragnehmer, als der Faktor gesehen, mit dessen Hilfe das Unternehmen die nächste Stufe erreichen kann.





# Investitionen mit Schwerpunkt auf der Wertschöpfung

*„Unser Hauptaugenmerk im Jahr 2020 lag darauf, viele Tests durchzuführen. Wir haben kleinere Teams mit der Entwicklung von Produktversionen beauftragt und haben dann erst nach einer Reihe von Tests und nach sorgfältiger Analyse gemeinsam entschieden, in welche Versionen wir weiter investieren wollen und welche wir vorerst auslassen werden. Wenn man das Unternehmen nur um des Wachstums willen ausbaut und die Ausgaben für Produktentwicklung, Marketing oder die Einstellung neuer Mitarbeiter erheblich erhöht, kann man zwar den Umsatz steigern, aber es besteht die große Gefahr, dass Ihr Endergebnis nicht sehr gesund ist.“*

Aidana Zhakupbekova, VP Finance, Housing Anywhere





Teil 3: Technologie und betriebliche Reformen, um erfolgreich zu sein



# Technologie und betriebliche Reformen, um erfolgreich zu sein

Die Technologie wird eine wesentliche Rolle dabei spielen, wie fähig die Finanzfunktion ist, sich anzupassen und ihre erweiterte Rolle erfolgreich wahrzunehmen. Unternehmen, die wachsen möchten, müssen sich auf die technologischen und betrieblichen Herausforderungen einstellen und werden immer mehr Technologie und Automatisierung benötigen, um erfolgreich zu sein.

Für führende Unternehmen ist Technologie in der Finanzfunktion ein Weg, mit weniger mehr zu erreichen. Der Umfrage zufolge ist Benutzerfreundlichkeit die wichtigste Eigenschaft einer Plattform zur Finanzautomatisierung, gefolgt von ihrer Fähigkeit, die Kosteneffizienz zu steigern und neue Erkenntnisse aus den Daten zu gewinnen.

## Die wichtigsten Funktionen einer Plattform zur Finanzautomatisierung



**NR. 1**  
**BENUTZER-  
FREUNDLICHKEIT**



**NR. 2**  
**KOSTENEFFIZIENZ  
STEIGERN**



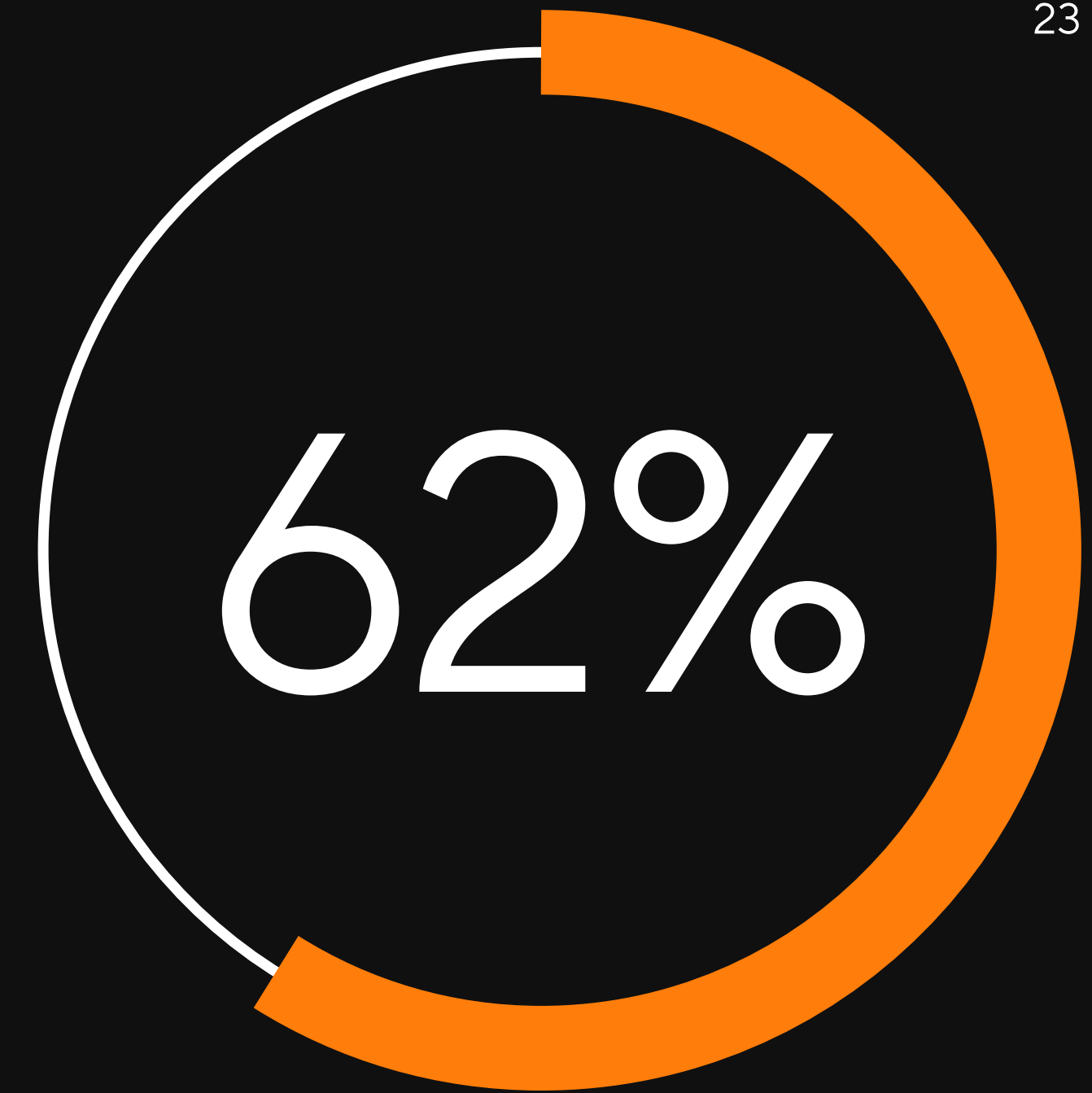
**NR. 3**  
**NEUE  
ERKENNTNISSE  
AUS DATEN**



# Die Rolle der Automatisierung

Die Automatisierung ersetzt sich wiederholende und zeitraubende Aufgaben, sodass sich die Mitarbeiter auf Wachstum, betriebliche Effizienz, Fortbildung und Entwicklung konzentrieren können – also auf Aufgaben, die Mehrwert für das Unternehmen schaffen.

Die meisten Unternehmen haben eine Unternehmensstrategie in Richtung Digitalisierung und Automatisierung eingeschlagen. 62% der Unternehmen nutzen bereits eine Form der Finanzautomatisierung. Für kleinere Unternehmen kann die Automatisierung eine Möglichkeit sein, den Personalbestand zu reduzieren. Für große Unternehmen geht der Personalabbau auch mit der Integration von künstlicher Intelligenz in das Lieferkettenmanagement einher, um die Komplexität der Verarbeitung größerer Datenmengen und der zur Gewinnung von Erkenntnissen erforderlichen Analysen zu bewältigen.



62% der Unternehmen nutzen bereits eine Form der Finanzautomatisierung

## Anwendungen nach Unternehmensgröße

**KLEINE UNTERNEHMEN**  
**REDUZIEREN**  
**MITARBEITER**



**GRÖßERE UNTERNEHMEN**  
**REDUZIEREN MITARBEITER & VERBESSERN**  
**DAS SUPPLY CHAIN MANAGEMENT**





# Automatisierung versetzt Finanzteams in die Lage, Mehrwert zu schaffen

*„Wir machen definitiv mehr für weniger. Und ich denke, dass sich unsere Leistung als Team in Bezug auf das Transaktionsvolumen in den letzten 18 Monaten wahrscheinlich um 30% verbessert hat. Mein Ziel ist es, die Kreditoren- und Debitorenbuchhaltung zu 90% zu automatisieren, damit die Teams mehr wertschöpfende Arbeit für den Rest des Unternehmens leisten können.“*

Tanbir Jasimuddin, Finanzdirektor, Vargas Law





# Wandel zur automatisierten Ausgabenverwaltung

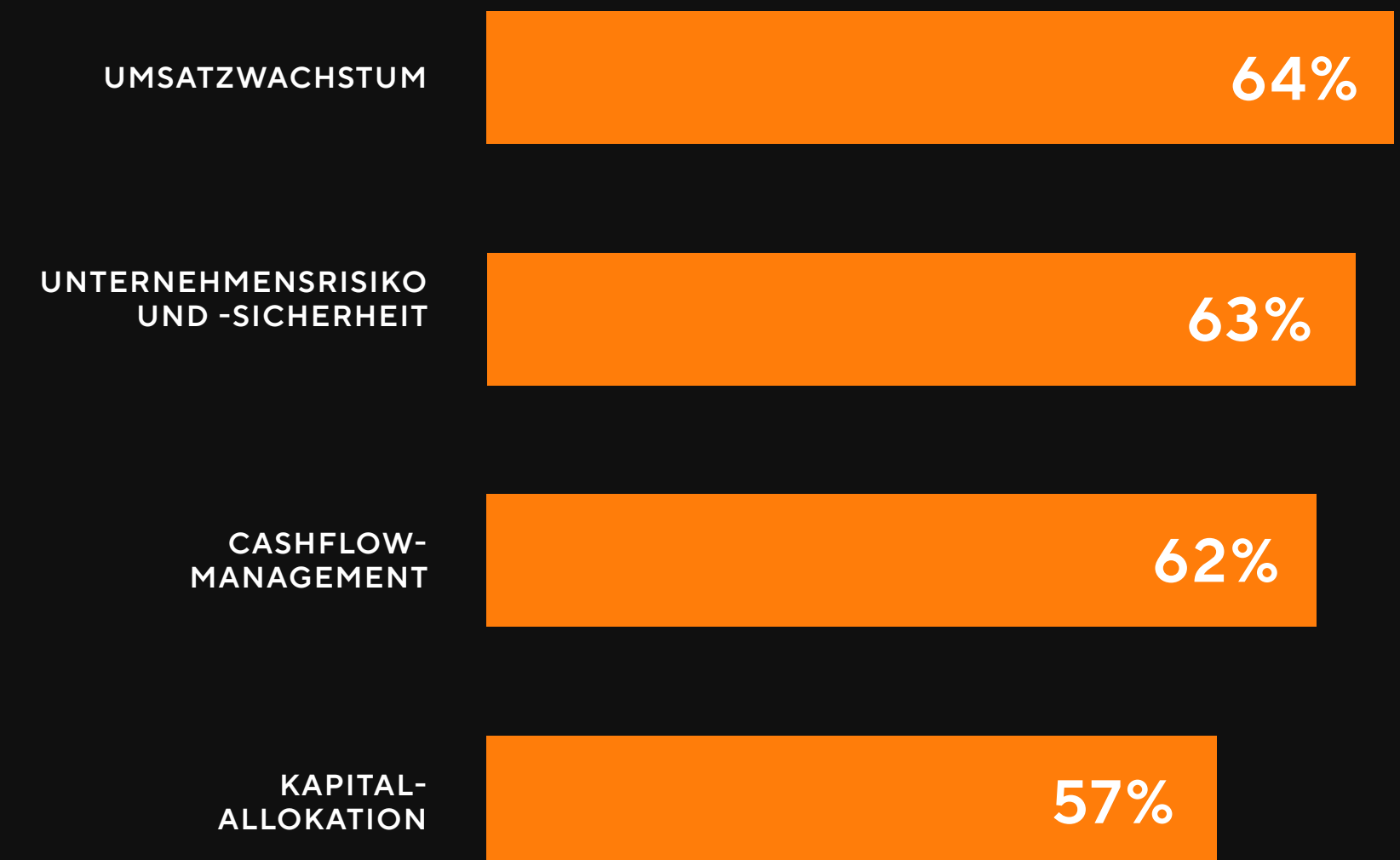
Laut Umfrage betrachten die Befragten die Möglichkeit, mehr Transparenz, Kontrolle und Übersicht über die Geschäftsausgaben zu erlangen, als einen leistungsstarken Mechanismus zur Steigerung des Umsatzes, zur Risikominderung sowie zur Optimierung des Cashflows und der Kapitalzuweisung.

Technologie für die Ausgabenverwaltung ist ein neuer Bereich der Automatisierung, der sich zunehmender Beliebtheit erfreut und die Bedürfnisse von großen und kleinen Unternehmen erfüllt. Die Überprüfung und Bezahlung von Mitarbeiterausgaben, wie z. B. das Einholen von Belegen, ist eine langwierige Aufgabe, die der Finanzabteilung Zeit raubt. Der Verzicht auf Papier und die Automatisierung von Verwaltungsaufgaben tragen zur

Modernisierung der Ausgabenprozesse bei und verbessern die Leistung des Teams. Was wird von Finanzleitern gut bewertet? Intelligente Zahlungskarten. Interessanterweise sind nur bei 28% der Unternehmen sind intelligente Zahlungskarten im Einsatz. Das ist weniger als die Hälfte der Befragten, die weiterhin herkömmliche Kreditkarten verwenden (64%). Die Unternehmen, die intelligente Zahlungskarten nutzen, bewerteten sie jedoch im Hinblick auf Unternehmensausgaben besser als Kredit- und Debitkarten.

Finanzdirektoren werden weiterhin nach Lösungen suchen, die zusätzliche Zeit freisetzen und die Produktivität steigern, um sich ihrem breiteren Aufgabenspektrum widmen zu können.

Mehr Visibilität, Kontrolle und Einblick in Ausgaben



**Erkenntnis:** 64% glauben, dass ein besserer Überblick und eine bessere Kontrolle der Ausgaben das Umsatzwachstum fördern





# Intelligente Zahlungskarten bringen Belohnungen mit vielen Vorteilen

*„Wir sind ein Unternehmen, das ständig international unterwegs ist. Wir erzielen 95% unseres Umsatzes im Ausland. Wir verwenden Zahlungskarten von Soldo in großem Umfang auf unseren Geschäftsreisen und insbesondere bei der täglichen Arbeit unserer Werften, wobei die Karten bestimmten Personen, aber auch einer bestimmten Kostenstelle zugeordnet sind.“*

*„Wenn die Einkaufsabteilung oder eine andere Funktion spontan etwas kaufen muss, das das festgelegte Ausgabenlimit überschreitet, können sie die Finanzabteilung anrufen, um ihre*

*Ausgabenlimits sofort zu erhöhen. Wir haben festgestellt, dass wir – jederzeit – Kontoauszüge mit einer höheren Qualität als bei herkömmlichen Kreditkarten erstellen können, und wir haben eine bessere und sofortige Kontrolle über unsere Kosten und Ausgaben. Die Einführung der Zahlungskarten von Soldo war bei allen unseren Mitarbeitern beliebt. Der Umstieg von Kreditkarten war für uns auch ein Prozess der kulturellen Transformation.“*

Giovanni Grassi, Corporate Finance & Insurance Manager, Trevi Finanziaria Industriale Spa





# Was bedeutet Kontrolle der Ausgabenverwaltung?

Wir haben Finanzdirektoren gefragt, ob sie planen, ihren Mitarbeitern mehr Flexibilität bei der Verwendung von Geldern für Kundenunterhaltung, Reisen und Marketing zu gewähren.

Die Antwort? Im Großen und Ganzen nein. 52% der Unternehmen gaben an, dass sie ihren Mitarbeitern weniger Flexibilität geben würden, während sich nur 30% um mehr Flexibilität bemühen. Die Unternehmen sehen in einer größeren Kontrolle die Möglichkeit, den Umsatz zu steigern, das Betriebsrisiko zu verringern, die Sicherheit zu erhöhen und die Kapitalallokation zu verbessern, was durch mehr Unabhängigkeit nicht erreicht wird.

Dennoch wünschen sich die Finanzdirektoren persönlich mehr Kontrolle über die Ausgabenpräferenzen und -muster, was zum Teil durch digitale und automatisierte Tools ermöglicht wird. Detailliertere Regeln und Richtlinien können Verschwendung und Missbrauch eindämmen und gleichzeitig einen besseren Einblick in die Ausgaben ermöglichen.

KEINE  
ÄNDERUN-  
GEN

**19%** geben an, dass es keine Änderungen geben wird

MEHR  
FLEXIBILITÄT

**30%** erwarten mehr Flexibilität

WENIGER  
FLEXIBILITÄT

**52%** aller Firmen möchten Mitarbeitern weniger Flexibilität geben



# Teil 4: Die Entwicklung der Finanzfunktion – von Formeln zu echten Geschäftseinblicken



# Die Entwicklung der Finanzfunktion – von Formeln zu echten Geschäftseinblicken

Die Pandemie hat die Widerstandsfähigkeit von Unternehmen auf die Probe gestellt, und die Finanzfunktion stand im Mittelpunkt dieser Herausforderung. Finanzteams müssen sich jetzt weiterentwickeln, um den neuen Herausforderungen und den gestiegenen Erwartungen ihrer Unternehmen gerecht zu werden.

Aber es gibt Gemeinsamkeiten bei diesen Veränderungen, darunter vor allem die sich verändernde Rolle von Daten. Daten werden verwendet, um über jeden Aspekt eines Unternehmens zu berichten, und sie werden mit zunehmendem Wachstum und ansteigender Komplexität immer wichtiger.

Die Art und Weise, wie diese Daten innerhalb der Organisation präsentiert werden, entwickelt sich weiter. Größere Unternehmen verlangen zunehmend einen Wechsel zu Echtzeit- und detaillierten Analysen. 56% bevorzugen dieses Modell bei wichtigen Entscheidungen.





# Mit angereicherten Daten Zeit einsparen und Geschäftsprobleme lösen

Tanbir Jasimuddin, CFO von Vargas, konnte sein Team dank der Implementierung eines Echtzeit-Dashboards für Vertrieb und Finanzen in Teams eine erhebliche Menge an Zeitaufwand einsparen. Er merkte an, wie sehr er es schätzt, dass er dank dieser Automatisierung *„viel mehr Zeit damit verbringen kann, sicherzustellen, dass ich weiß, was im Geschäft vor sich geht. Die unmittelbare Verfügbarkeit von Leistungskennzahlen ermöglicht es mir, die Daten auf unterschiedliche Weise zu betrachten, zu verstehen und zu erforschen und ein bisschen mehr Diagnostik zu betreiben.“*

Entscheider ziehen diese Art von Datenpräsentationen vor:





# Schnellere und umfassendere Planung

Die Unternehmen waren während der Pandemie einem großen Schock ausgesetzt. Einige der Befragten gaben an, dass sie zwar ein „Worst-Case“-Szenario prognostiziert hatten, die Pandemie aber manchmal selbst diesen Fall übertraf oder sich aufgrund der Bewegungs- und Reisebeschränkungen in unerwarteter Weise auf das Unternehmen auswirkte.

In unserer Umfrage gaben 64% der Unternehmen an, dass sie im Vergleich zur Zeit vor der Pandemie mehr Szenarien für Marktstörungen einbeziehen möchten. Das Augenmerk auf Finanzplanung und Budgetierung, integrierte Finanzplanung, Management- und Leistungsberichte sowie Prognosen und Modellierung – sorgt dafür, dass das Finanzteam wesentlich

anpassungsfähiger ist und besser auf Markt- und Geschäftsbedingungen reagieren kann.

Insbesondere größere und komplexere Unternehmen haben erkannt, dass sie mehr planen müssen, um erfolgreich zu sein. Unsere Ergebnisse zeigen, dass 69% der Unternehmen häufiger als vor der Pandemie planen. Einige Unternehmen sind von einer einmal jährlichen Berichterstattung zu einer zweimal jährlichen Berichterstattung übergegangen, während andere ihre Ergebnisse sogar noch häufiger unter die Lupe nehmen. Andere Unternehmen wiederum ergänzen größere Prognoseprojekte durch kleinere Vergleiche mit einer rollierenden Prognose. Dies mag mit der Pandemie begonnen haben, aber der Trend scheint sich fortzusetzen.

69%

PLANEN HÄUFIGER

66%

VORAUS-  
SCHAUENDES  
REPORTING

64%

PLANEN MIT MEHR  
SZENARIEN

61%

KURZFRISTIGERE  
ZUKUNFTS-  
PLANUNG



# Wachstum fördern, indem man die Leistung unter die Lupe nimmt

*„Wir müssen bei der Messung unserer Aktivitäten etwas robuster sein, um herauszufinden, woher die Leistung kommt ... Wir müssen viel regelmäßiger Prognosen erstellen, um die Leistung regelmäßig zu überwachen und wirklich zu ermitteln, in welchen Bereichen wir positive Ergebnisse erzielen.“*

Claire Wain, CFO, Monsoon & Accessorize

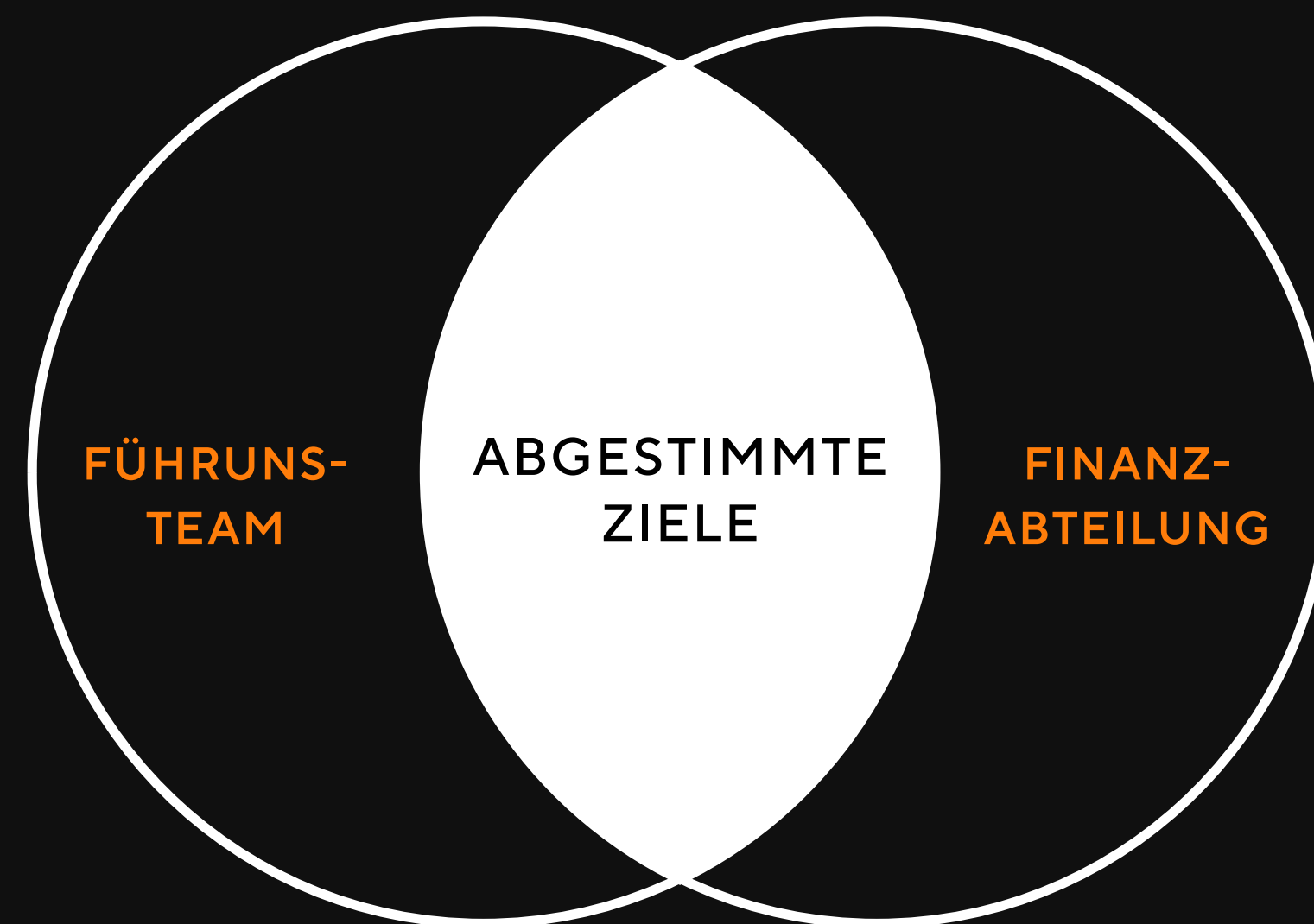




# Von Durchhaltevermögen zu einem breiteren Aufgabenspektrum

Die Finanzabteilung stand an vorderster Front, als es darum ging, die durch die Pandemie ausgelösten Veränderungen zu verstehen und darauf zu reagieren. Finanzabteilungen mussten sich einer der größten Transformationen unterziehen. Laut den Finanzleitern, mit denen wir gesprochen haben, ist die Finanzabteilung eine der anpassungsfähigsten Abteilungen und nimmt eine aktivere und strategischere Rolle im Unternehmen ein, anstatt nur als Unterstützungsfunktion zu dienen.

Finanzmanager geben an, dass sie diesen Wandel als eine Veränderung betrachten, die nicht mit dem Ende der Krise verschwinden wird, sondern einen dauerhaften Wandel darstellt.



**67%** aller Umfrageteilnehmer stimmen zu, dass die Finanzfunktion und Führungsteams abgestimmte Ziele anstreben sollten.



# Weg von der Schublade, hin zum Erfolg als strategischer Akteur

*„Angesichts der Rolle, die die Finanzfunktion auf dem Höhepunkt der Pandemie gespielt hat, konnten wir unseren Mitarbeitern Sicherheit und Trost spenden, weil wir die Details im Griff hatten. Als agiles Unternehmen konnten wir unsere Budgets umgehend an die Sachlage anpassen und ihnen versichern, dass gewisse Tracker vorhanden sind, wir Wachstum planen und sie sich keine Sorgen machen oder Angst haben müssen, ihren Arbeitsplatz zu verlieren. Die nächste große Rolle des Finanzteams lag in der Beratung. Anstatt das Finanzteam als Leute zu betrachten, die einfach Dinge aufzeichnen und berichten, wandten sich unsere Mitarbeiter mehr an meine Teammitglieder, um Rat zu bekommen. Die Zeiten, in der nur ich selbst als Berater für die Geschäftsleitung gedient habe, sind also vorbei.“*

Aidana Zhakupbekova, VP Finance, Housing Anywhere





# Schlusswort: Empfehlungen von Soldo

Die Pandemie hat die Art und Weise verändert, wie wir als Gesellschaft leben und arbeiten, und das auch in der Geschäftswelt. Es ist nun klar, dass viele dieser Veränderungen dauerhaft sein werden und die Finanzverantwortlichen vor neue Herausforderungen stellen. Finanzverantwortliche müssen sorgfältig abwägen, was für kurzfristiges Wachstum erforderlich ist – das Erreichen von Leistungszielen – und wie sie auf lange Sicht ein nachhaltiges Unternehmen aufbauen können.

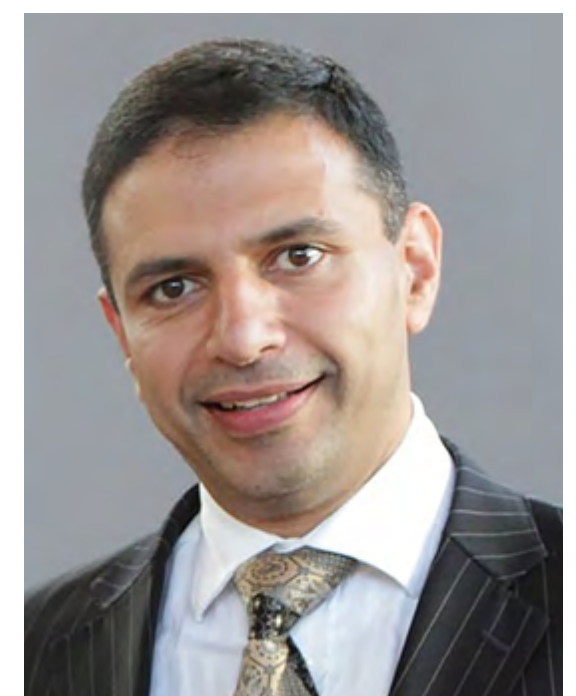
In dieser neuen und fragilen Geschäftsrealität hängen die Wachstums- und Erfolgsstrategien der Unternehmen von dem Team ab, das sie vorantreibt.

Die europäischen Finanzmanager reagieren entschlossen auf die Herausforderungen, die sich ihnen während der Erholung von der Pandemie präsentieren. Dieser Bericht hat den Einfallsreichtum von Führungskräften gezeigt, die sich anpassen und ihre Unternehmen auf Erfolgskurs bringen. Während sie immer stärker in ihre Rolle als strategische Entwickler des Unternehmens eingebunden werden, ist eine Haltung der kontinuierlichen Verbesserung von entscheidender Bedeutung.

Vor diesem Hintergrund bieten wir

Ihnen fünf Erkenntnisse aus diesem Untersuchungsbericht sowie Ratschläge zur Förderung eines nachhaltigen Wachstums im Jahr 2022 und darüber hinaus. Zusammengefasst helfen diese Erkenntnisse Unternehmen, noch mehr schlummerndes Potenzial freizusetzen und ihr Unternehmen in Zukunft gedeihen zu sehen.

**Dynshaw Italia,**  
**CFO, Soldo**





# Die Saat säen: fünf Tipps für die Pflege des Wachstums



# 1

## Häufigere Prognosen sind bessere Prognosen

### Was Sie tun können:

Unsere Untersuchung zeigt, dass 69% sich während der Pandemie verstärkt mit Prognosen beschäftigt haben. Doch es zeigt auch, dass Agilität der Schlüssel zur Risikominderung ist. Um eine klarere Sicht zu erhalten, wenden Unternehmen daher dynamischere Methoden an, um die sich schnell ändernden wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen zu kompensieren.





# 2

## Unternehmen müssen sich in unsicheren Zeiten auf den Erfolg vorbereiten

### Was Sie tun können:

Die Sorge um Inflation und Energiepreise beherrscht die Schlagzeilen. Das Ende der Pandemie wird nicht das Ende der Unsicherheit bedeuten. Unternehmen müssen davon ausgehen, dass es zu Unterbrechungen kommen wird, und einen flexiblen Ansatz wählen, der unabhängig von den äußeren Umständen zum Erfolg führt.





# 3

## Die Rolle des Finanzteams ändert sich

### Was Sie tun können:

Ergreifen Sie die Gelegenheit. Führungskräfte im Finanzbereich sollten nicht mehr erwarten, dass sie sich nur auf die Ergebnisse konzentrieren, sondern als wichtige Triebkraft der Unternehmensstrategie fungieren. Das bedeutet, mehr zukunftsorientierte Analysen durchzuführen und sich an strategischen Planungsgesprächen zu beteiligen.





# 4

## Automatisierung wird ein wichtiger Werttreiber sein

### Was Sie tun können:

Konzentrieren Sie sich auf die Geschäftsbereiche, die das Wachstum fördern, und zeigen Sie den internen Stakeholdern diesen Wert. Bauen Sie auf erfolgreichen Technologieimplementierungen auf und zeigen Sie, wie neue Fortschritte den Umsatz pro Mitarbeiter steigern und gleichzeitig neue Erkenntnisse bringen können.



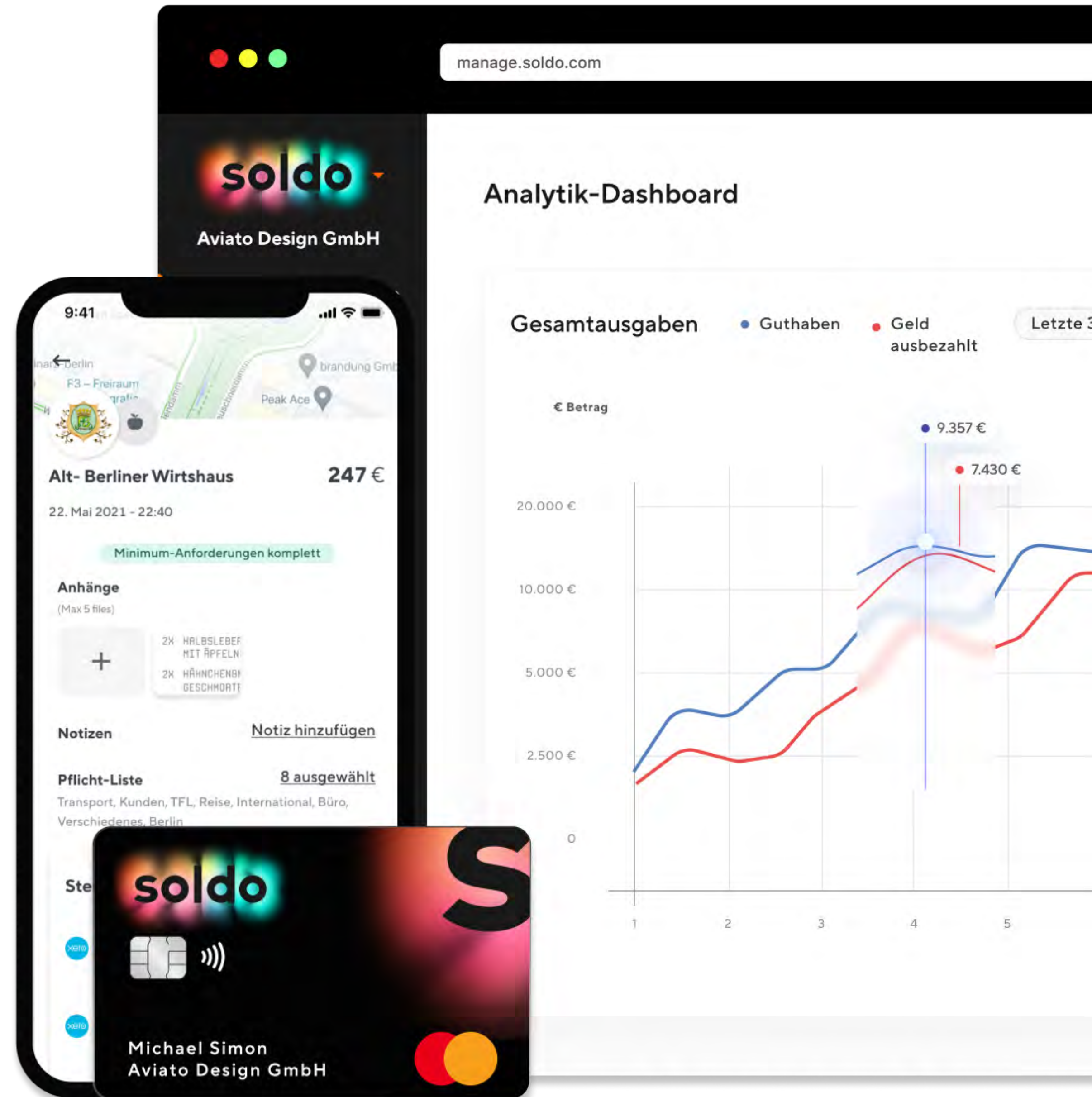


# 5

## Kontrolle wird der Schlüssel sein

### Was Sie tun können:

Akzeptieren Sie nicht die derzeitige Unsicherheit darüber, wie Mitarbeiter ihr Geld ausgeben. Automatisierte, intelligente Tools können das Unternehmen zukunftssicher machen und mehr Klarheit schaffen – auch für Unternehmen auf Wachstumskurs.







# Soldo

---

## Wir helfen Ihnen Unternehmens- ausgaben klüger zu verwalten

Wir bei Soldo haben es uns als Ziel gesetzt Unternehmensausgaben zu revolutionieren. Schon jetzt vertrauen mehr als 26.000 Unternehmen auf unsere Zahlungs- und Ausgabenautomatisierungsplattform.

Von Software-Abonnements bis zu Online-Werbung, Benzin bis zu Reise- und Spesenausgaben - mit Soldo können Sie alle Unternehmensausgaben verwalten.

Erhalten Sie einen vollständigen Überblick über Ausgaben in Echtzeit und setzen Sie spezifische Budgets für Mitarbeiter und Teams. Reduzieren Sie Ihre manuelle Finanzverwaltung und konzentrieren Sie sich aufs Unternehmenswachstum in 2022 und darüber hinaus.

[www.soldo.com](http://www.soldo.com)



**soldo**

[www.soldo.com](http://www.soldo.com)