

NYT OM REVISION

Ny hjælp til små og mellemstore virksomheder



HENRIK WELLEJUS
STATSAUT. REVISOR

Det skal være nemt at drive virksomhed. Når lysten bærer værket, fører det ofte til større konkurrencedygtighed, der f.eks. kan veksles til større overskud, bedre afkast og flere arbejdspladser.

Derfor var vi glade, da et flertal i Folketinget før jul besluttede at gøre det lidt nemmere at drive virksomhed. Vi har i årevis talt varmt for, at de detaljerede og omfattende krav til revision for de mindre og mellemstore virksomheder burde lempes, hvis politikerne samtidig kunne sikre et alternativ til den traditionelle revision med fortsat høj kvalitet.

De danske og internationale regler for revision og regnskab bliver mere og mere komplekse. En revision skal i dag udføres med udgangspunkt i 37 revisionsstandarder, der sikrer, at revisionen er troværdig og af en høj kvalitet.

De internationale standarder er gode og relevante, når vi skal revidere større virksomheder. Men ikke alle håndværksmestre har brug for et regnskab med udgangspunkt i de 37 standarder.

Politikerne har lyttet. De har indført den såkaldte »udvidede gennemgang« for de mindre og mellemstore virksomheder. Dermed kan eksempelvis de selskaber, der to år i træk omsætter for under 72 mio. kr. og har færre end 50 ansatte, få revisors positive erklæring på, at de offentliggør troværdig information i deres årsregnskab – uden at være omfattet af alle revisionsstandarderne.

Det kan virke paradoksalt, at vi som revisorer har været fortalere for, at virksomhederne skulle bruge vores ydelser mindre. Vores pointe har imidlertid været, at de mindre og mellemstore virksomheder i højere grad har brug for vores rådgivning og sparring som en betroet rådgiver frem for en række formelle interne dokumentationskrav.

Med udvidet gennemgang af høj kvalitet skal revisoren stadig – som tidligere – udtrykke en konklusion om årsregnskabet og sikre sig et retvisende billede af selskabets finansielle stilling og resultat. Hun skal udtale sig om ledelsen har overholdt bogføringsloven. Hun skal også sikre, at bl.a. A-skatter, moms og lønsumsafgifter er korrekt indberettet. Men hun behøver ikke fremover efterprøve forretningsgange og skrive en revisionsprotokol.

Dermed sikrer den udvidede gennemgang fortsat, at regnskabet er troværdigt, men revisoren kan i højere grad bruge tid på at give kvalificeret sparring til ledelsen til glæde for konkurrenceevnen.

Det helt afgørende er, at offentligheden stadig kan regne med ledelsens og revisorens vurderinger om virksomhedens formåen og økonomiske stilling. Revisorer er offentlighedens tillidsrepræsentanter, hvad enten det gælder den nye, udvidede gennemgang eller den traditionelle revision af et regnskab. Man skal kunne forvente høj kvalitet i både udvidet gennemgang og revision. En blank påtegning fra revisor er sikkerheden for at alle, der er interesseret i virksomheden, kan handle i tillid til oplysningerne i årsregnskabet.

Finanskrisen har synliggjort værdien af et regnskab med en revisorerklæring. Med den i lommen kan en virksomhed nemmere få kredit i banken eller leverancer fra dem, de handler med.

Men behovet for revision er ikke nødvendigvis det samme hos en lokal slagtermester og en stor, international koncern.

Henrik Wellejus er partner i revisions- og rådgivningsfirmaet Deloitte og leder af Revision. Han skriver om revisionsrelevante emner hver 2. søndag. Læs mere på www.deloitte.dk

BUSINESSKRONIK

AF MAJKEN SCHULTZ
PROFESSOR, COPENHAGEN BUSINESS SCHOOL

Styrke og mod til nye horisonter

Først på ugen samledes mere end 400 deltagere i operaen til det årlige VL Døgn, hvor en perlerække af talere gav deres bud på »Det umuliges kunst« ud fra fire temaer: Styrke, kontrol, horisont og mod.

VL-døgnet var en søgen efter nye måder at lede på i en ny virkelighed, som efter krisen aldrig bliver den samme som før. Døgnet gav indblik i, hvor svært det er for virksomheder både at holde fokus på produktivitet og effektivisering og give plads til den kreativitet og åbenhed, der er nødvendig for at finde nye veje. Mange hænger stadig fast i troen på, at virksomheden kan effektivisere sig til vækst alene. Men som døgnet skred frem, blev det tydeligt, at fremtidens vindere bliver dem, som evner at håndtere dilemmaer og skabe værdi sammen med andre.

Isaac Sheps fra Baltika Breweries (Carlsberg Gruppen) lagde for i det indledende prælude med at understrege betydningen af at kunne håndtere modsatrettede fænomener uden at miste handlekraften. Du skal som leder evne både at fastholde din tvivl og samtidig vise sikkerhed over for dine medarbejdere. Du skal både konfrontere problemer og se dem som muligheder. Du skal både have store ambitioner for fremtiden og fokusere på, hvad der kan gennemføres – nu. Og sidst, men ikke mindst, så skal du have mod til at udvikle mennesker, så de går steder hen, hvor de ikke troede de ville hen.

Efter en række spændende oplæg om styrke og kontrol, var det talerækkens eneste kvinde, Renée Mauborgne fra INSEAD, der for alvor vendte blikket imod de nye horisonter med sit budskab om, at virksomheder skal holde op med at konkurrere sig til blods i de røde oceaner ved at prøve at gøre det samme som alle de andre, bare lidt bedre. I stedet skal de arbejde kreativt og gentænke deres forretningsmodel. Fokus er ikke teknologisk innovation og produktivitet i sig selv – fokus er innovation og værdi for kunderne. I stedet for at konkurrere på den samme bane som alle andre, så handler den nye virkelighed om at skabe en ny og større bane i samarbejde med kunder og partnere. Det er vejen til det blå ocean. Budskabet var besnærende, men led under, at Mauborgne ikke havde mod til at dele konkrete eksempler med forsamlingen – ud over allestedsnærværende Apple.

Et godt eksempel fik vi derimod fra Tor-mod Askildsen fra Lego Gruppen, som fortalte om, hvad der skete, da Lego begyndte at opfatte sine kunder som ressourcestærke mennesker og lod dem vise nye veje i et »win-win«-samarbejde. Det skabte nytænkning af

virksomhedens kerneprodukt – konstruktionslegen – gennem anvendelse af nye digitale teknologier, sociale medier og mødesteder imellem fans og brand. Lego lærte at lytte til sine fans og involvere dem aktivt i virksomhedens innovation. Det har krævet mod og vilje til at slippe noget af kontrollen, fordi et innovativt samarbejde med fans ikke kan ledes og kontrolleres på samme måde, som virksomheden ellers arbejder på.

Men det hører med til historien, at det har ikke altid været sådan. I mange år var Askildsen en ildsjæl og enmandshær i Lego, der troede på betydningen af fans, selv om de internt blev omtalt som et »shadowmarket«, fordi de var så få og ubetydelige i forhold til Lego's samlede millionmarked. Så vejen imod de nye horisonter kræver også, at virksomheden har medarbejdere med passion for at tænke anderledes, og en topledelse som tør slippe kontrollen.

VL Døgnet startede med en påstand om, at virksomheder alt for sjældent stiller spørgsmålet til sig selv: »Hvorfor eksisterer vi?« I stedet fortæber de sig i at blive bedre til, hvad de laver og glemmer, at det er svaret på »hvorfor«, der tiltrækker kunder og medarbejdere. Døgnet sluttede med to entreprenører, der på hver deres måde stillede spørgsmålet: »Hvorfor ikke?« – hvorfor ikke bare gøre ting, prøve sig frem og blive klogere undervejs. Fra kapitalrejsning over internettet til nye digitale communities. For dem var drivkraften passionen for at skabe nyt sammen med andre. Ikke i kontrollerende virksomheder med hang til overdreven planlægning, men i mindre teams, der agerer i et globalt samarbejde. Det, som flere talere omtalte som virksomhedens øko-system.

Men døgnet viste også, at passionen i den nye virkelighed ikke kun er forbeholdt de små virksomheder. Bjørn Kjos, grundlæggeren af Norwegian, demonstrerede i egen person, at en entreprenør kan vokse sig stor uden at miste fokus på omkostninger og tabe de menneskelige værdier, som har skabt virksomheden. Og indiske TATA viste, at virksomheder, der evner konstant at lytte til markedet og hele tiden udfordre sig selv igennem »kreativ utilfredshed«, ikke så let går i stå. Måske har Kjos ret i, at den største kunst er, at ansætte mennesker, der er klogere end en selv. Den nye virkelighed kræver, at de ikke bliver fanget i deres egen klogskab, men har lysten og modet til at skabe værdi på nye måder sammen med andre – og styrken til at gennemføre dem.



MAJKEN SCHULTZ

● **Alder:** 55 år ● **Uddannelse:** Cand.scient.pol. fra Københavns Universitet i 1984 og ph.d. fra Copenhagen Business School i 1988
● **Karriere:** Partner i Reputation Institute ● **Bestyrelser:** Sidder i bestyrelsen for Danske Bank, Realdania og Academy of Management. International Research Fellow Oxford University.