

The logo for JUVE, featuring the word "juve" in a bold, black, sans-serif font inside a yellow square.

OKTOBER 2019

STEUERMARKT



UND WER HAT'S ERFUNDEN?

Hanno Berger, Mastermind der
Cum-Ex-Deals, im Interview

Markt

In der Abstimmung zwischen HR und
Steuerabteilung hapert es oft

Meinung

Warum sich Falk nie einer
großen Einheit anschließen will



ILLUSTRATION: ADOBE STOCK

NICHT AUF KNOPFDRUCK

DATEN + DIGITALISIERUNG Für WTS steht fest: **Die Digitalisierung wird die Arbeit der Steuerabteilungen in den kommenden Jahren grundlegend verändern.** Bei ihrer Digitalstrategie setzt die Steuerberatungsgesellschaft auf Kooperationen mit verschiedenen Akteuren aus **Wirtschaft und Forschung.** Aktuell steht der Aufbau eines **Digital Hub in Berlin im Mittelpunkt der Aktivitäten.**

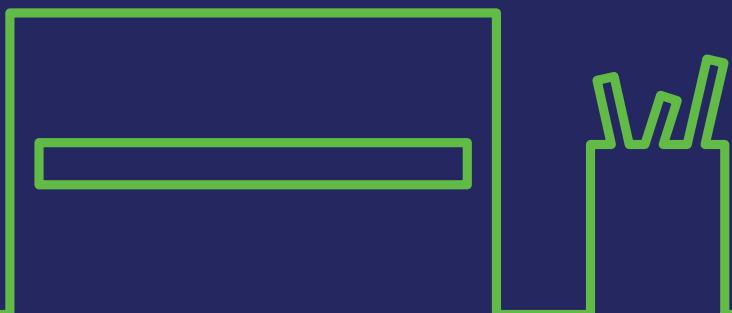
VON STEPHAN MITTELHÄUSER

Wohl kaum ein anderer Chef einer Steuerberatungsgesellschaft rückt das Thema Digitalisierung der Steuerabteilung so regelmäßig in den Vordergrund wie der

WTS-Vorstandsvorsitzende Fritz Este-
rer. Ob in Interviews oder auf Veranstal-
tungen – stets betont der langjährige
Siemens-Steuerchef seine Faszination
für die Themen automatisierte Steuer-
lösungen und Künstliche Intelligenz
(KI). Für ihn ist klar: In nicht allzu fer-

ner Zukunft gehören digitalisierte Pro-
zesse und KI zum Standardrepertoire
von Steuerabteilungen.

„Genau deshalb bin ich zu WTS ge-
wechselt“, betont Christian Baumgart.
„Während andere Beratungsgesellschaf-
ten viel über Digitalisierung reden,



geht WTS diese aktiv an. Der Vorstand „pusht“ das Thema.“ Der 42-Jährige, der im Frühjahr mit fünf Kollegen aus dem Berliner Büro von KPMG kam, leitet seit April den neuen WTS-Standort in der Hauptstadt. „Das Digital Board, in dem auch der WTS-Vorstand sitzt, gibt die digitale Strategie vor, lässt uns aber enorme Gestaltungsfreiheit bei der Schaffung der Strukturen. So haben wir etwa bei der Einstellung der notwendigen Leute freie Hand“, bestätigt Richard Roos (42), Partner für Digital Services in Düsseldorf. Mit seinem Team unterstützt er Steuerabteilungen bei der Digitalisierung mit spezieller System- und Prozessberatung.

Näher an den Entscheidungsträgern

Künftig will WTS ihren Berliner Digital Hub als Innovationsplattform nutzen und das Beratungsangebot für die Digitalisierung weiter stärken. Baumgart, der für den Aufbau des Digital Hub verantwortlich ist, erinnert sich mit einem Schmunzeln an seine ersten Tage: „Zu Beginn haben wir Herrn Esterer gefragt: Welche Vorgaben gibt es? Welche Schritte können wir eigenständig unternehmen? Seine Antwort lautete: So weit, wie ihr gehen möchtet.“ So viel Freiraum war er aus seiner Big-Four-Zeit nicht gewohnt. „Bei vielen

**BEI DER
DIGITALISIERUNG
DER STEUER-
FUNKTION
LIEGT
WTS VORN.**

Beratungsunternehmen ist es üblich, dass Digitalisierungs-Projekte auf mehreren Hierarchieebenen abgesegnet werden. Dazu kommt in der Regel noch ein externes Gutachten. Die Entscheidungsprozesse dauern sehr lange, niemand will sich die Hände verbrennen“, erzählt Baumgart. Anders bei WTS: „Hier bin ich viel näher an den Entscheidungsträgern. Ich berichte direkt an den Vorstand, und der Vorstand fordert die nächsten Digitalisierungsschritte aktiv ein. Solche Strukturen sind in dem schnelllebigen Markt nötig“, betont er.



Starker Rückhalt: Christian Baumgart (links), seit April Leiter des neuen Berliner WTS-Standorts, und Richard Roos, seit 2016 Geschäftsführer WTS Itax in Düsseldorf, können beim Ausbau der Digitalberatung auf die Unterstützung des Vorstands zählen.



Baumgart, der auf die Digitalisierung der Steuerfunktion durch Prozess- und Transformationsberatung sowie die Implementierung von IT-Tools spezialisiert ist, baute in den vergangenen Jahren für KPMG ein Prozess- und Technologieteam auf. Nun soll er zusammen mit den Kollegen für WTS eine Digital Academy etablieren, um Steuerberatern das nötige Wissen zu den Anforderungen der Digitalisierung zu vermitteln. Derzeit sucht die Gesellschaft hierfür nach Kooperationspartnern. Im Gespräch sind Hochschulen aus ganz Deutschland. Das künftige Seminarangebot richtet sich nicht nur an Inhouse-Steuerleute, sondern auch an die eigenen Berater. „Wir wollen WTS als das digitale Steuerberatungsunternehmen positionieren. Entsprechend müssen wir uns beim digitalen Know-how aufstellen. Das erreichen Sie nur über permanente Weiterbildung“, so Baumgart.

Über Amana zu WTS AI

Nicht erst seit der Gründung des Berliner Standorts gilt WTS als eine der aktivsten Beratungsgesellschaften bei der Digitalisierung der Steuerfunktion. Als Ergänzung zum eigenen Tool-Portfolio schloss WTS 2016 eine strategische Partnerschaft mit Amana. Ursprünglich entstanden als Spin-off von PricewaterhouseCoopers, kooperiert der Softwareanbieter auch mit anderen Gesellschaften und gehört zu den führenden Tax-Tool-Anbietern im Markt. Seit drei Jahren entwickeln beide Seiten verschiedene IT-Lösungen, vor allem zu den Themen Ertrag- und Umsatzsteuer, E-Bilanz und Compliance. Im Frühjahr 2017 wechselte Lars Klevermann, der Amana mit aufbaute, zu WTS. Seit Juni ist der Spezialist für die Digitalisierung von Ertragsteuerprozessen Partner in Düsseldorf.

Im vergangenen Jahr gründete die Beratungsgesellschaft mit dem Data-Analytics-Spezialisten Qunis das Joint

Venture WTS AI, das Unternehmen unter anderem dabei unterstützt, den digitalen Reifegrad ihrer Steuerfunktion („AI Readiness“) zu ermitteln – und für den Einsatz von KI-Technologien fit zu machen, zum Beispiel über einen Umbau der IT-Infrastruktur oder durch gezielte KI-Trainings der Mitarbeiter.

Auch die Forschung holte WTS mit ins Boot: Seit 2018 bündeln die Beratungsgesellschaft und das Deutsche Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI) im ‚Center of Competence Tax Technology‘ ihr Know-how, um KI-Verfahren für die Steuerfunktion zu erforschen und passende Tools zu entwickeln. Einige der KI-Prototypen, die WTS und DFKI entwickelt haben, seien mittlerweile in Produkte eingegangen und tragen zum Umsatz von WTS bei, berichtet Roos, der zugleich betont: „Wir gehen nicht mit einem Bauchladen an Tools raus und verkaufen dies den Kunden als Einzelprodukte, mit denen sie am Ende nichts anfangen können. Die Tools sind immer eingebettet in einen Gesamtservice.“

Vor seiner Zeit bei WTS arbeitete Roos in der Steuerabteilung von E.on, deren Aktivitäten im Rahmen des Business-Partnering-Modells an die Beratungsgesellschaft outgesourct wurden – mit dem Ziel, die System- und Prozessberatung auszubauen und anderen Unternehmen anzubieten. Zum Start bestand das Team aus fünf Leuten. Heute beschäftigen sich mit dem Thema knapp 40 Kollegen, zu deren Mandanten auch einige Dax-Konzerne gehören. „Als wir vor zehn Jahren anfingen, eine System- und Prozessabteilung innerhalb der Steuerabteilung aufzubauen, hat niemand richtig verstanden, was wir eigentlich vorhaben“, so Roos.

Später sah er sich mit hohen Erwartungen konfrontiert: „Viele dachten, man baut schnell eine App, und mit einem Klick ist die Steuererklärung fertig.“ Mittlerweile habe sich in den meis-

WTS IN ZAHLEN*

Gesamtumsatz in Mio. Euro	Anzahl Mitarbeiter insgesamt
 149,0 (+15,6 %)	 ca. 891
Steuerumsatz in Mio. Euro	Anzahl Mitarbeiter IT in Deutschland
 127,0 (+13,3 %)	 80
Umsatz pro Berufsträger	Anzahl Berufsträger Steuern
 442.400 Euro	 287
Umsatz pro Mitarbeiter	Anzahl Mitarbeiter Steuern
 213.000 Euro	 596

*Vorläufige Zahlen für das Geschäftsjahr 2018/19

ten Steuerabteilungen die Erkenntnis durchgesetzt, dass Digitalisierung nicht per Knopfdruck zu haben ist, sondern Arbeit, Zeit und Geld kostet. Aus seiner Sicht nichts Ungewöhnliches: „Andere Abteilungen geht es da ähnlich. Die Einführung eines ERP-Systems passiert schließlich auch nicht von heute auf morgen“, relativiert Roos. In Zukunft

**WIR VERKAUFEN SERVICES,
KEINEN BAUCHLADEN
MIT KI-TOOLS.**

erwartet er, dass der Druck auf die Steuerfunktion aus den Unternehmen steilen, die sich mit der Digitalisierung bereits intensiv beschäftigen, zunimmt. Hinzu kommt: „Die Inhouse-Abteilungen sind immer häufiger direkt dem CFO zugeordnet, von denen viele das Thema ganz oben auf der Agenda haben. Auch hier wächst also der Druck, digital aktiv zu werden. Durch den direkten Kontakt zum Finanzchef erhalten die Steuerabteilungen aber auch bessere Möglichkeiten für eine langfristige Digitalstrategie“, so Roos.

Steuern im Fokus

Von dieser Entwicklung will WTS profitieren. Baumgart sieht die Gesellschaft hierfür im Vergleich zur Konkurrenz gut aufgestellt: „Bei vielen Wirtschaftsprüfungsgesellschaften liegt der Digitalisierungsfokus meist auf der Prüfung, dann kommt der Beratungs- und dann erst der Steuerbereich. Da WTS keine Abschlussprüfung macht, können wir uns voll auf die Digitalisierung der Steuerfunktion konzentrieren. Deshalb sehe ich uns bei diesem Thema vorn“, so Baumgart.

Aktuell beschäftigen sich bei WTS rund 80 Mitarbeiter, darunter 8 Partner, mit Prozess- und Digitalisierungsfragen. Dabei wird es nicht bleiben. Das neue Berliner Büro zählt derzeit 10 Köpfe. Bis Jahresende plant Baumgart mit 15 Mitarbeitern, in den kommenden Jahren sollen es 50 werden. „Der Berliner Markt für IT-Entwickler ist groß, und mit unserer deutlichen Positionierung zur Digitalisierung üben wir eine starke Anziehungskraft aus. Dazu kommt die vitale Start-Up-Szene, die die Stadt als Standort für uns so interessant macht“, so Baumgart. Auch am Düsseldorfer Standort stellt WTS die Weichen für weiteres Wachstum. Mitte 2020 bezieht die Gesellschaft im Businesspark direkt neben dem Flughafen ein komplett neues Bürogebäude – mit deutlich mehr Platz auch für digitale Ideen. ●

IMPRESSUM

Herausgeberin: Dr. Astrid Gerber

Chefredaktion:

Dr. Aled Griffiths, Antje Neumann,
Jörn Poppelbaum (pop; V.i.S.d.P.)

**Redaktionsleitung JUVE Handbuch Steuern/
JUVE Steuermarkt:**

Co-Leitung Catrin Behlau (cb),
Jörn Poppelbaum

Redaktion:

Ulrike Barth (uba), Eva Flick (EF), Esra Laubach
(elb), Daniel Lehmann (dal), Stephan Mittel-
häuser (stm). Mitarbeit an dieser Ausgabe:
Sonja Behrens (smb), Helena Hauser (hh),
Christiane Schiffer (ChS), Dr. Martin Ströder

CvD/Schlussredaktion:

Ulrike Sollbach (Leitung), Katja Gosse,
Sirka Laass, Stefanie Riemann

**Koordination Kanzleiinformationen und
redaktionelle Datenerhebung:**

Stefanie Riemann

Datenpflege:

Claudia Voskuhl

Vermarktung und Verkauf:

Bert Alkema, Tina Puddu, Ylva Wüstemann

Marketing und Veranstaltungen:

Alke Hamann (Leitung), Jens David, Marit Lucas,
Eva Wolff

Layout: Andreas Anhalt (Leitung), Vivian Ems,
Janna Lehnen, Dominik Rosse

IT:

Marcus Willemsen

Vertrieb:

Jessica Lütkenhaus (Abonnements)

Wissensmanagement: Ulrike Sollbach

JUVE Steuermarkt
2. Jahrgang, erscheint monatlich bei
JUVE Verlag für juristische Information GmbH
Sachsenring 6 · D-50677 Köln
Postanschrift: Postfach 25 04 29 · 50520 Köln
Tel. 0049 / (0)221 / 91 38 80-0
Fax 0049 / (0)221 / 91 38 80-18

E-Mail:

redaktion@juve.de
(redaktionelle Anfragen)
vertrieb@juve.de
(Abonnements und Heftbestellungen)
anzeigen@juve.de
(Druckunterlagenübermittlung)

ISSN: 2510-5124

Druckauflage: 5.400

Litho- und Druckservice:
D+L Printpartner GmbH, Bocholt

Alle Beiträge sind urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwendung wie Nachdruck, Vervielfälti-
gung, elektronische Verarbeitung und Über-
setzung, die nicht ausdrücklich vom Urheber-
rechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der
vorherigen Zustimmung des Verlages.

Abo: JUVE Steuermarkt ist als Einzel- oder
Kanzleiabonnement erhältlich.
Wir informieren Sie gern über unsere günstigen
Abo-Konditionen!