

Revisor: Skab signalværdi med regnskabet

21. juni 2023

Revisionsfirmaet Roesgaard har fået op imod 100 mindre og mellemstore virksomheder til at lave en grafisk udgave af deres årsrapport, som de kan bruge til at sælge deres virksomheds værdier.



- Det traditionelle regnskab med tal og en ganske kort årsberetning har en kort levetid. Tallene er ofte et halvt år gamle – og i realiteten ikke aktuelle længere. Hvis en mellemstor virksomhed vælger at lave en grafisk årsrapport med omtale af succeshistorier, projekter, værdier og forventninger til fremtiden, så opnår ledelsen både signalværdi og en forlænget levetid af årsrapporten.

Det siger statsautoriseret revisor Michael Mortensen fra revisionsfirmaet Roesgaard i Horsens, der reviderer regnskabet hos Scan Trapper i Herning. Trappe-virksomheden har nu i to år lavet den informative udgave af årsrapporten – på en opfordring fra deres revisor.

Roesgaards fik ideen til at skabe et koncept, der kan løfte de mindre virksomheders årsrapporter, i den løbende diskussion om, hvordan revisionsfirmaet kan være med til at udvikle kundernes virksomheder og skabe værdi. Kunden skal selv levere billedmateriale og tekster. Revisor står så for layout og redigering af årsrapporten.

- Interessen for denne type årsrapporter er klart stigende. Vi nærmer os de 100 virksomheder. Men nogle virksomheder skal lige overveje det – og så vender de måske tilbage året efter og er klar til at tage skridtet. Hvis virksomheden tidligere har holdt alt andet information end det krævede regnskab

tæt til sig, så skal det lige overvejes, siger Michael Mortensen.

I TEKNIQ Arbejdsgiverne er der stor opbakning til at udvikle og udnytte potentialet for at kommunikere med samarbejdspartnere via årsrapporterne.

- Årsrapporten er en god mulighed for virksomheden for at kommunikere mere end tal. Det kan der være forskellige behov for fra virksomhed til virksomhed. Men mange virksomheder vil i fremtiden skulle kunne dokumentere eksempelvis deres aftryk på miljøet, certificeringer og reference-projekter – og her er det også oplagt at benytte årsrapporten til at synliggøre dette arbejde over for alle samarbejdspartnere, siger underdirektør Maria Schougaard Berntsen, TEKNIQ Arbejdsgiverne.

Åbenhed og information om virksomhedens drift, værdier og projekter kan således blive en del af konkurrencen i en række brancher.

- Virksomhederne skal ikke være bekymrede ved at dele mere information i årsrapporten end normalt, selvom det også ses af mulige konkurrenter. Der vil i fremtiden være en forventning om mere gennemsigtighed og åbenhed fra kundernes side. Og åben kommunikation i en officiel årsrapport styrker virksomhedens troværdighed, siger Maria Schougaard Berntsen.

Det er revisionsfirmaet Roesgaards erfaring, at en række virksomheder bruger årsrapporten mere offensivt med den grafiske udgave. Årsrapporten omtales og gøres ofte tilgængelig på LinkedIn samtidig med, at den sendes ud til medarbejdere, kunder, banker, investorer, leverandører og andre samarbejdspartnere.

- Når man i forvejen er i gang med at lave den officielle del af årsrapporten, så er det en relativ beskedent investering at skabe den grafiske udgave. Vi vurderer, at det er en god investering, siger revisor Michael Mortensen.

7 GODE GRUNDE TIL EN GRAFISK ÅRSRAPPORT

- 1: Skil dig ud fra konkurrenterne, og fremhæv succeshistorier
- 2: Brug årsrapporten som et redskab til at øge din virksomheds signalværdi
- 3: Sæt ord på året, der er gået, og evt. forventninger til fremtiden
- 4: Gør dataene meningsfulde og overskuelige med grafisk design
- 5: Brug billeder til at skabe blikfang og fortælle din virksomheds historie
- 6: Skab en rød tråd mellem din virksomheds visuelle identitet og årsrapport
- 7: Brug årsrapporten som et spillerum for storytelling og brand building

Udgivet af TEKNIQ Arbejdsgiverne den 15. juni 2023
Skrevet af: Jan Kristensen