



Nachhaltig transparent

*Geschäftsberichte von Familienunternehmen
werden professioneller*

Studie von ERGO KOMMUNIKATION,
PKF FASSELT SCHLAGE und
ROLAND BERGER STRATEGY CONSULTANTS
anlässlich der dritten Verleihung
des private publ!c Awards

15. November 2011

Unterstützt durch
Morgan Stanley Bank · Klaus Bietz \ visuelle Kommunikation

ergo 
Kommunikation

PKF FASSELT SCHLAGE

PKF
Wirtschaftsprüfung &
Beratung

Roland Berger
Strategy Consultants

Inhalt

1. Vorwort	SEITE 2
2. Methodik	SEITE 4
3. Rechtliche Rahmenbedingungen	SEITE 8
4. Inhaltliche Bewertung	SEITE 20
5. Struktur, Text und Gestaltung	SEITE 32
6. Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor	SEITE 35
7. private publ!c Award – die Sieger	SEITE 50
8. Tabellarischer Anhang	SEITE 50
Unternehmensdarstellung	SEITE 54
Impressum	SEITE 57

1. Vorwort

Die Professionalisierung der Geschäftsberichte nicht börsennotierter Familienunternehmen schreitet voran. An den im Krisenjahr erreichten Transparenzgrad haben die von uns untersuchten 56 Unternehmen in Familien- und Stiftungsbesitz angeknüpft. Fundiertere Aussagen zur Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage sowie zur wertorientierten Steuerung der Unternehmen zeigen, dass sich die großen Familienkonzerne den Reportingstandards der börsennotierten Gesellschaften einen weiteren Schritt angenähert haben.

Doch gibt es nach wie vor Defizite. Verbesserungswürdig sind insbesondere die Prognoseberichte, deren Qualität gegenüber dem Vorjahr abfiel, genauso wie die inhaltlich recht dünnen Vorworte der Geschäftsführung. Sprache und Struktur vieler Berichte sind mustergültig, doch finden sich unverändert Beispiele für die Verlagerung zentraler Inhalte in die nicht testierten Zusatzinformationen sowie die unzureichende Trennung von Pflicht und Kür.


Im Storytelling ist weiterhin eine Zweiklassengesellschaft zu beobachten. Durchdachte Konzepte in angemessener Gestaltung stehen schnell zusammengeschusterten Darstellungen gegenüber, die den Leser ratlos zurücklassen. Die Vorjahressieger landeten auch diesmal wieder weit oben – doch sollte dies nicht darüber hinwegtäuschen, dass sich die Leistungsdichte in der vorderen Hälfte deutlich erhöht hat. Einige Unternehmen haben sich markant verbessert und haben nur knapp einen Podiumsplatz verfehlt.

Die Nachhaltigkeitsberichte – ob integriert im Geschäftsbericht oder als eigenständige Publikation – haben wir erstmals einer umfassenden Bewertung unterzogen. Ins Auge fällt hier vor allem, dass klassische Themen (Produkte, Produktion, Mitarbeiter) offensiv gespielt werden, während sensible Bereiche wie etwa die Verantwortung entlang der Lieferkette unterbelichtet bleiben. Die Darstellungen sind vorwiegend qualitativ und nicht mit der Finanzberichterstattung verknüpft.

Für die Auswertung der Geschäftsberichte zeichneten sich die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PKF Fasselt Schlage (Konzernabschluss), Roland Berger Strategy Consultants (Nachhaltigkeitsberichterstattung), ergo Kommunikation (Kürteil

und Lagebericht, Struktur und Sprache) und Klaus Bietz \ visuelle Kommunikation (Gestaltung) verantwortlich. Das letzte Wort hat aber eine Jury, der neben den genannten Unternehmen Dr. Lutz Raettig, Aufsichtsratsvorsitzender der Morgan Stanley Bank AG, sowie Dr. Katrin Stefan, Professorin an der Hochschule Kempten, angehören. Allen Juroren herzlichen Dank für ihr Engagement – und den Unternehmen herzlichen Dank für das große Interesse an diesem Format.

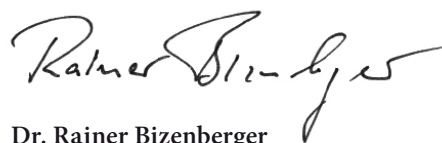
Herzliche Grüße



Andreas Martin
Mitglied der Geschäftsführung / Partner
ERGO KOMMUNIKATION



Dr. Martin Fasselt
Partner
Wirtschaftsprüfer Steuerberater Rechtsanwalt
PKF FASSELLT SCHLAGE



Dr. Rainer Bizenberger
Principal - Corporate Performance
ROLAND BERGER STRATEGY CONSULTANTS

2. Methodik

2.1. Einbezogene Unternehmen

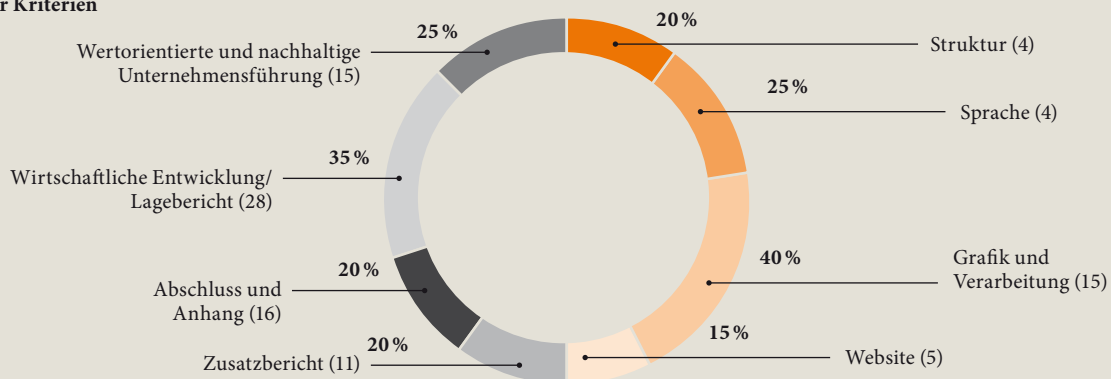
In unsere Analyse haben wir die 240 umsatzstärksten Unternehmen in Familien- und Stiftungsbesitz mit Hauptsitz in Deutschland betrachtet. Bei Kreditinstituten wurde anstelle des Umsatzes die Bilanzsumme herangezogen. Außen vor gelassen wurden Familienunternehmen, deren Aktien öffentlich gehandelt werden oder die vorrangig über Private Equity finanziert sind. Ebenso wenig fanden Tochtergesellschaften von Familienunternehmen Berücksichtigung.

Fast genau jedes vierte der betrachteten 240 Unternehmen hat für das Jahr 2010 (beziehungsweise 2010/2011) einen Geschäftsbericht vorgelegt. Hiervon haben wir wie im Vorjahr jene aussortiert, die lediglich sehr knappe Darstellungen ohne nennenswerte Erläuterungen und Zahlen zum Geschäftsjahr bieten und nach unseren Kriterien nicht sinnvoll überprüft werden konnten. Neu hinzu kamen im laufenden Jahr die Berichte von TÜV SÜD, HERRENKNECHT, SCHAEFFLER und SICK. Dagegen haben die im Vorjahr noch vertretenen Unternehmen DKV Euroservice und Dorma keinen Geschäftsbericht mehr aufgelegt oder diesen nicht öffentlich verfügbar gemacht.

Die vergleichende Analyse (s. Seite 20 bis 34) bezieht sich – anders als im Vorjahr – auf alle 56 veröffentlichten Geschäftsberichte und nicht nur auf die Berichte, die schon im Vorjahr dabei waren. Die 56 Unternehmen, die einen Geschäftsbericht aufgelegt haben, bringen es auf einen Umsatz zwischen 0,5 Mrd. Euro (SIEMPELKAMP) bis 47,3 Mrd. Euro (ROBERT BOSCH).

Je größer ein Familienunternehmen, desto eher wendet es internationale Rechnungslegungsvorschriften an – auch weil umsatzstarke Konzerne sich häufiger über den Kapitalmarkt finanzieren. Insgesamt 25 Unternehmen haben ihren Konzernabschluss nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) aufgestellt.

Grafik 1:
Anzahl und Gewichtung
der Kriterien



2.2. Inhaltliche Bewertung der Geschäftsberichte

In welchem Maß sind Familienunternehmen bereit, ihren Kunden und Geschäftspartnern, Mitarbeitern und Bewerbern, Banken und Investoren, Journalisten und sonstigen Interessenten Einblick in ihre wirtschaftliche Lage und die Perspektiven zu gewähren? Zur Beantwortung dieser Frage haben wir den im Vorjahr entwickelten Katalog im laufenden Jahr von 64 auf 70 inhaltliche Kriterien ausgeweitet. Dies betraf insbesondere die Bewertung der Nachhaltigkeitsberichterstattung. Die inhaltliche Qualität des (Konzern-)Lageberichts wurde anhand von 37 Kriterien überprüft, die gegenüber dem Vorjahr unverändert blieben. Orientiert haben wir uns dabei vorrangig am Deutschen Rechnungslegungsstandard 15 (DRS 15) für die Lageberichterstattung. Die DRS sind verbindlich für alle Mutterunternehmen, die einen Konzernabschluss nach § 315 HGB aufstellen müssen, und gelten daher gleichermaßen für die großen Familien- und Stiftungsunternehmen. Um eine allzu große Spreizung der Ergebnisse zu verhindern, haben wir die einzelnen Passagen des Lageberichts nach einem vergleichsweise groben Raster auf Vollständigkeit und Plausibilität geprüft.

Leitfrage war jeweils, ob ein interessierter Leser nach der Lektüre weiß,

- mit welchen Produkten und/oder Dienstleistungen das Unternehmen in welchen Märkten tätig ist – und wie sich dort die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen darstellen,
- ob das Unternehmen verantwortungsvoll und risikobewusst gesteuert wird,
- welche Nachhaltigkeitsstrategie verfolgt wird und mit welchen Maßnahmen diese umgesetzt wird,
- mit welcher Strategie und welchen Investitions- und Entwicklungsprojekten sich das Unternehmen zukunftsorientiert aufstellt,
- ob das Unternehmen wirtschaftlich gesund ist, in seinen Geschäftsbereichen mit Gewinn arbeitet und über solide Finanzen verfügt,
- ob das Unternehmen ein dauerhaft attraktiver Arbeitgeber ist und hierzu geeignete Maßnahmen ergreift,
- welche Erwartungen für das nächste (und übernächste) Geschäftsjahr vorherrschen.

Nicht anwendbare Aspekte – wie etwa der Abschnitt „Forschung und Entwicklung“ in Bank-Geschäftsberichten – hatten jeweils keinen Einfluss auf die Gesamtbewertung. Auch der Anhang wurde wieder einer qualitativen und quantitativen Bewertung unterzogen.

Fast alle ausgewerteten Geschäftsberichte enthalten neben dem Finanzbericht weitere Informationen. Untersucht haben wir, ob die Geschäftsleitung im Vorwort eine persönliche Gesamtbeurteilung des zurückliegenden Geschäftsjahres fällt und darüber die strategische Richtung vorgibt. Bei den Imageseiten hat uns interessiert, ob sich dem Leser ein schlüssiges Bild in punkto Produktspektrum und Innovation, Strategie und Vision, Unternehmenskultur und gesellschaftlicher Verantwortung erschließt.

2.3. Struktur, Textqualität, Gestaltung

Die Qualität von Struktur und Text haben wir, wie im Vorjahr, anhand von acht Kriterien beurteilt. Im Wesentlichen ging es dabei um folgende Fragen:

- Ist der Bericht logisch aufgebaut, konzentriert er sich auf das Wesentliche, führt ein roter Faden den Leser durch das Informationsangebot?
- Wird richtig, verständlich, klar, angemessen und lebendig formuliert?

Die grafische Qualität der Geschäftsberichte ist in sechs Hauptkategorien mit insgesamt 15 Unterpunkten aufgefächert. Der detaillierte Kriterienkatalog samt Gewichtung befindet sich im Anhang auf den Seiten 48 bis 53.

2.4. Bewertungsschema

Die in unserer Studie untersuchten Kriterien wurden anhand eines einfachen und nachvollziehbaren Schemas bewertet. Maximal erreichbar waren bei einem jeden Kriterium drei Punkte. Diese Höchstbewertung vergaben die Prüfer ausschließlich für eine vollständige Darstellung des jeweiligen Aspekts. Zwecks standardisierter Punktevergabe und Nachvollziehbarkeit wurden hierfür einheitliche Prüfpunkte herangezogen. Am anderen Ende der Skala kennzeichnen null Punkte eine fehlende oder in hohem Maße unvollständige Darstellung. Ein Beispiel: Für das Kriterium „Vergütung der Organmitglieder“ wurde ein Punkt vergeben, wenn die Angaben zur Vorstandsvergütung lediglich im Anhang aufgeführt waren. Zwei Punkte gab es, wenn das Vergütungssystem zumindest teilweise erläutert wurde, die fixen und variablen Werte aufgeführt und ein Vergleich zum Vorjahr für das Gesamtgremium herangezogen wurde. Die volle Punktzahl wurde nur dann erreicht, wenn zusätzlich dazu alle Komponenten des Vergütungssystems (inklusive Sachleistungen) ausführlich dargestellt wurden.

Die einzelnen Kriterien wurden thematisch nach Hauptkategorien zusammengefasst, welche die jeweilige durchschnittliche Bewertung als Prozentwert in Abhängigkeit von der maximal erreichbaren Punktzahl ausweisen. Die Hauptkategorien wiederum flossen entsprechend der vorher festgelegten Gewichtung in das Gesamtergebnis eines jeden Unternehmens ein. Das letzte Wort hatte allerdings die Jury: Ihr Votum konnte noch zu einer Auf- oder einer Abwertung des Endergebnisses von bis zu zehn Prozent führen.

Für jedes Kriterium haben wir schließlich die erreichten Punkte aller 56 Unternehmen aufsummiert, um diese in ein aggregiertes Ergebnis – ebenfalls dargestellt als Prozentwert in Abhängigkeit von der maximal erreichbaren Punktzahl – zu überführen.

3. Rechtliche Rahmenbedingungen

3.1. Wer muss was: Gesetzliche Vorschriften im Überblick

HGB, AktG, GmbHG, GenG, PubLG – die rechtlichen Rahmenbedingungen für die externe Rechnungslegung sind vielschichtig und haben in den zurückliegenden Jahren durch diverse Gesetzesänderungen – BilReG, TransPuGund BilMoG – weiter an Komplexität zugelegt.

Das HGB unterscheidet zwischen Vorschriften, die von allen Kaufleuten zu beachten sind (§§ 238-263 HGB), und solchen, die zusätzlich für Unternehmen bestimmter Rechtsformen und Branchen gelten (§§ 264 ff. HGB). Rechtsformabhängige Zusatzvorschriften gelten insbesondere für Kapitalgesellschaften (AG, KGaA, GmbH) sowie für Personenhandelsgesellschaften ohne natürliche Person als Vollhafter (sog. KapCo-Gesellschaften, vgl. § 264a HGB). Zu den KapCo-Gesellschaften, die handelsrechtlich wie Kapitalgesellschaften behandelt werden, zählt insbesondere die GmbH & Co KG. In den Anwendungsbereich der branchenabhängigen Zusatzvorschriften fallen insbesondere Banken und Versicherungen (§§ 340 f. HGB).

Der Umfang der Rechnungslegung von Kapitalgesellschaften und KapCo-Gesellschaften ist nicht einheitlich. Vielmehr differenziert das HGB in Abhängigkeit von der Bilanzsumme, den Umsatzerlösen und der Anzahl der Arbeitnehmer zwischen den folgenden drei Größenklassen von Unternehmen (§ 267 HGB):

Größenklassen von Unternehmen			
Größenklasse	Bilanzsumme (Mio. €)	Umsatzerlöse (Mio. €)	Arbeitnehmer
Klein	≤ 4,840	≤ 9,680	≤ 50
Mittelgroß	> 4,840 und ≤ 19,250	> 9,680 und ≤ 38,500	> 50 und ≤ 250
Groß	> 19,250	> 38,500	> 250

Eine Besonderheit besteht für Kapitalgesellschaften, die mit ausgegebenen Wertpapieren (Aktien und Schuldverschreibungen) einen organisierten Markt in Anspruch nehmen (Börsennotierung) oder die Zulassung zum Handel beantragt haben (sog. kapitalmarktorientierte Kapitalgesellschaften i. S. v. § 264d HGB): Diese gelten stets als große Kapitalgesellschaften (§ 267 Abs. 3 HGB). Die Begebung einer Anleihe ohne Börsennotierung führt hingegen nicht automatisch zur Einstufung als große Kapitalgesellschaft.

Der Jahresabschluss von Nicht-Kapitalgesellschaften (Einzelkaufleute und Personenhandelsgesellschaften ohne KapCo-Gesellschaften) ist zweigeteilt und besteht aus der Bilanz sowie der Gewinn- und Verlustrechnung (§ 242 Abs. 3 HGB). Demgegenüber ist der Jahresabschluss von Kapitalgesellschaften und KapCo-Gesellschaften dreigeteilt und beinhaltet gemäß § 264 Abs. 1 HGB neben Bilanz und GuV auch einen Anhang.

Der Anhang ergänzt die Angaben der Bilanz zur Verbesserung des Einblicks in die wirtschaftliche Lage um eine Vielzahl von Angaben, u. a. zu den Posten der Bilanz und GuV sowie den Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, aber auch zur Höhe der Vorstands- und Aufsichtsratsvergütung (§§ 284 f. HGB).

Mittelgroße und große Kapitalgesellschaften und KapCo-Gesellschaften müssen darüber hinaus einen Lagebericht nach Maßgabe von § 289 HGB aufstellen, der für die Bilanzadressaten von besonderer Bedeutung ist. Denn in den Lagebericht müssen nicht nur eine Analyse von Geschäftsverlauf und wirtschaftlicher Lage, sondern auch zukunftsbezogene Informationen zu der künftig erwarteten Unternehmensentwicklung und den bestehenden Chancen und Risiken aufgenommen werden.

In den Anwendungsbereich des Publizitätsgesetzes (PublG) fallen Unternehmen in der Rechtsform einer Personenhandelsgesellschaft (die keinen Abschluss nach §§ 264a oder 264b HGB aufstellen müssen) oder des Einzelkaufmanns, des Vereins (wenn dessen Zweck auf einen wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb ausgerichtet ist), der rechtsfähigen Stiftung des bürgerlichen Rechts (wenn sie ein Gewerbe betreibt) und einer Körperschaft, Stiftung oder Anstalt des öffentlichen Rechts, wenn sie Kaufmann ist (§ 3 PublG). Die Verpflichtung zur Rechnungslegung nach PublG tritt dabei nur ein, wenn bestimmte Schwellenwerte überschritten werden (§ 1PublG).

Nach dem PublG ist der Jahresabschluss in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres für das vergangene Geschäftsjahr aufzustellen. Für den Inhalt des Jahresabschlusses gelten grundsätzlich die für Kapitalgesellschaften geltenden Vorschriften des HGB. Rechnungslegungspflichtige Unternehmen, die nicht in der Rechtsform einer Personenhandelsgesellschaft oder des Einzelkaufmanns geführt werden, müssen neben einer Bilanz und GuV auch einen Anhang sowie einen Lagebericht nach Maßgabe des HGB aufstellen (§ 5 PublG).

Kapitalgesellschaften und KapCo-Gesellschaften müssen ihren Jahresabschluss und Lagebericht darüber hinaus seit 2007 im elektronischen Bundesanzeiger (eBAZ) veröffentlichen (§ 325 HGB). In diesem Zusammenhang sieht das HGB allerdings für kleine und mittelgroße Kapitalgesellschaften und KapCo-Gesellschaften größenabhängige Erleichterungen vor (§§ 326 f. HGB). Der Jahresabschluss ist spätestens vor Ablauf des zwölften Monats des dem Abschlussstichtag nachfolgenden Geschäftsjahres einzureichen (§ 325 Abs. 1 HGB). Bei einer kapitalmarktorientierten Kapitalgesellschaft beträgt die Frist grundsätzlich vier Monate (§ 325 Abs. 4 HGB).

Das PublG schreibt ebenfalls eine Offenlegung vor, wobei Personenhandelsgesellschaften und Einzelkaufleute die GuV und den Beschluss über die Ergebnisverwendung nicht offenzulegen brauchen, wenn sie in einer Anlage zur Bilanz Angaben zu den Umsatzerlösen, Erträgen aus Beteiligungen, Löhnen und Gehältern sowie den Bewertungs- und Abschreibungsmethoden machen und die Zahl

der Beschäftigten nennen (§ 9 PublG). Für sonstige Nicht-Kapitalgesellschaften besteht keine gesetzliche Offenlegungspflicht.

Der Jahresabschluss und der Lagebericht von mittelgroßen und großen Kapitalgesellschaften und KapCo-Gesellschaften sowie der Konzernabschluss und der Konzernlagebericht von Kapitalgesellschaften und KapCo-Gesellschaften unterliegen nach HGB außerdem der Prüfungspflicht durch einen Abschlussprüfer (§ 316 HGB). Der Jahresabschluss und Lagebericht von Unternehmen, die nach dem PublG zur Rechnungslegung verpflichtet sind, unterliegt ebenfalls einer Prüfungspflicht (§ 6 PublG). Dies gilt auch für den Konzernabschluss und -lagebericht. Für sonstige Nicht-Kapitalgesellschaften besteht hingegen keine gesetzliche Prüfungspflicht.

Die Prüfung des Jahresabschlusses und des Konzernabschlusses hat sich darauf zu erstrecken, ob die gesetzlichen Vorschriften und sie ergänzende Bestimmungen des Gesellschaftsvertrags oder der Satzung beachtet worden sind (§ 317 HGB). Der Lagebericht und der Konzernlagebericht sind darauf zu prüfen, ob sie mit dem Jahresabschluss bzw. Konzernabschluss sowie mit den bei der Prüfung gewonnen Erkenntnissen des Abschlussprüfers in Einklang stehen und eine zutreffende Vorstellung von der wirtschaftlichen Lage vermitteln. Dabei ist auch zu beurteilen, ob die Chancen und Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dargestellt sind.

Der Abschlussprüfer hat das Ergebnis seiner Prüfung in einem Bestätigungsvermerk zusammenzufassen (§ 322 HGB), der zusammen mit dem Jahresabschluss bzw. Konzernabschluss im elektronischen Bundesanzeiger veröffentlicht wird (§ 325 HGB). Darüber hinaus muss der Abschlussprüfer einen Prüfungsbericht erstellen, in dem er über Art und Umfang sowie über das Ergebnis der Prüfung berichtet (§ 321 HGB). Der Prüfungsbericht ist den gesetzlichen Vertretern bzw. dem Aufsichtsrat des bilanzierenden Unternehmens vorzulegen.

Die Aufstellung und Veröffentlichung eines Geschäftsberichts ist im HGB nicht vorgeschrieben. In der Praxis veröffentlichen allerdings viele Unternehmen unter dieser Bezeichnung ein meist umfangreiches Dokument, das üblicherweise neben dem handelsrechtlichen Jahresabschluss und Lagebericht bzw. dem handelsrechtlichen Konzernabschluss und Konzernlagebericht weitere, nicht gesetzlich vorgeschriebene unternehmensbezogene Informationen umfasst, die in erster Linie werbende Funktion haben. Mangels gesetzlicher Regelung kann der Geschäftsbericht unternehmensindividuell gestaltet und so als Medium für eine moderne Unternehmenskommunikation eingesetzt werden.

3.2 Lageberichterstattung gemäß DRS 15

Für die Lageberichterstattung gelten neben den Vorschriften des HGB die einschlägigen Verlautbarungen des Deutschen Rechnungslegungs Standards Committees (DRSC). Der Deutsche Rechnungslegungs Standard (DRS) 15 regelt die

Lageberichterstattung für alle Mutterunternehmen, die einen Konzernabschluss gemäß § 315 HGB aufstellen müssen oder freiwillig aufstellen. Für den Lagebericht gemäß § 289 HGB wird eine entsprechende Anwendung empfohlen.

Ziel der Lageberichterstattung nach DRS 15 ist es, den Adressaten des Konzernlageberichts entscheidungsrelevante Informationen zur Verfügung zu stellen, die es ihnen ermöglichen, sich ein zutreffendes Bild vom Geschäftsverlauf und der Lage des Konzerns zu machen. Der Konzernlagebericht informiert außerdem über die Chancen und Risiken, die in der Zukunft die Geschäftstätigkeit voraussichtlich bestimmen werden. Er ist getrennt vom Konzernabschluss und den übrigen veröffentlichten Informationen als geschlossene Darstellung unter der Überschrift „Konzernlagebericht“ aufzustellen und offen zu legen.

Die Anforderungen des DRS 15 sind bewusst so allgemein formuliert, dass sie den individuellen Erfordernissen der Lageberichterstattung verschiedener Unternehmen und Branchen gerecht werden. Damit bestehen im Bereich des handelsrechtlichen Lageberichts zugleich umfangreiche inhaltliche Gestaltungsspielräume, die sich zugunsten einer adressatenorientierten Berichterstattung nutzen lassen. Damit haben es die Unternehmen in gewissen Grenzen selbst in der Hand, die Qualität der Rechnungslegung zu beeinflussen.

Zu Beginn werden von DRS 15 die Grundsätze der Lageberichterstattung formuliert. Der weitere Aufbau orientiert sich an der von ihm selbst empfohlenen Gliederung für den Konzernlagebericht: Geschäft und Rahmenbedingungen, Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage, Nachtragsbericht, Chancen- und Risikobericht. Der DRS 15 enthält zusätzlich in einer Anlage detaillierte Empfehlungen für die Lageberichterstattung.

DRS 15 formuliert zunächst fünf Grundsätze für die Lageberichterstattung, die in Gestalt von allgemeinen Anforderungen eine adressatengerechte Informationsvermittlung sicherstellen sollen. Nach dem Grundsatz der Vollständigkeit muss der Konzernlagebericht sämtliche Informationen beinhalten, die ein verständiger Adressat für die Beurteilung der wirtschaftlichen Lage benötigt. Der Grundsatz der Verlässlichkeit verlangt insbesondere, dass die Informationen im Lagebericht zutreffend und nachvollziehbar sowie frei von Widersprüchen gegenüber dem Konzernabschluss sind; Schlussfolgerungen müssen plausibel sein. Außerdem ist über Chancen und Risiken ausgewogen zu berichten.

Der Grundsatz der Klarheit und Übersichtlichkeit verlangt, den Konzernlagebericht sowohl vom Konzernabschluss als auch von den übrigen veröffentlichten Informationen eindeutig zu trennen. Die Gliederung muss durch Überschriften innerhalb des Lageberichts verdeutlicht werden. Im Zeitablauf ist die Lageberichterstattung stetig zu gestalten, um die Vergleichbarkeit der Informationen zu gewährleisten.

Entsprechend dem Grundsatz der Vermittlung der Sicht der Unternehmensleitung sind die Analyse der wirtschaftlichen Lage sowie die Einschätzung und Beurteilung der einzelnen Berichtspunkte durch die Unternehmensleitung in den Vordergrund zu stellen. Das Postulat der Konzentration auf die nachhaltige Wertschaffung erfordert die Angabe und Erläuterung sämtlicher Ereignisse, Entscheidungen und Faktoren, die einen wesentlichen Einfluss auf die weitere Wertentwicklung des Unternehmens haben können.

Ausgangspunkt für die gesetzlich vorgeschriebene Analyse des Geschäftsverlaufs und der wirtschaftlichen Lage ist nach DRS 15 ein Überblick über den Konzern, seine Geschäftstätigkeit und deren Rahmenbedingungen. Dabei ist auch auf die Aktivitäten zu Forschung und Entwicklung einzugehen, sofern sie für eigene Zwecke des Konzerns durchgeführt werden. Die Unternehmensleitung hat zudem den Geschäftsverlauf darzustellen und zu beurteilen. Kapitalmarktorientierte Unternehmen müssen zusätzlich das unternehmensintern eingesetzte Steuerungssystem darstellen und erläutern.

Die Darstellung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage muss zeitraumbezogene Informationen über die Entwicklung der Geschäftstätigkeit im abgelaufenen Geschäftsjahr und stichtagsbezogene Informationen über die wirtschaftliche Lage zum Aufstellungszeitpunkt umfassen. Dabei ist auf die für den Geschäftsverlauf ursächlichen Ereignisse und Entwicklungen sowie auf Faktoren einzugehen, die einen wesentlichen Einfluss auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage hatten oder haben können.

Im Mittelpunkt der Darstellung der Ertragslage stehen die Entwicklung des Ergebnisses, des Umsatzes und der Auftragslage sowie wesentliche Veränderungen in der Struktur der Aufwendungen und Erträge. Schwerpunkt der Darstellung der Finanzlage sind hingegen das Finanzmanagement, die Kapitalstruktur und Kapitalausstattung sowie eine Liquiditätsanalyse anhand der Kapitalflussrechnung. Im Fokus der Darstellung der Vermögenslage stehen schließlich die Höhe und Zusammensetzung des Vermögens. Darüber hinaus sind Angaben zu außerbilanziellen Finanzierungsinstrumenten vorgeschrieben.

Die Darstellung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage mündet in eine Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage des Konzerns. Darüber hinaus können weitere Angaben erforderlich sein, wie beispielsweise zu Umstrukturierungs- und Rationalisierungsmaßnahmen. Gegenstand des Nachtragsberichts sind Vorgänge von besonderer Bedeutung, die nach dem Abschluss des Geschäftsjahres eingetreten sind. Sind keine solchen Vorgänge eingetreten, ist dies anzugeben.

Im Chancen- und Risikobericht hat die Unternehmensleitung ihre Erwartungen über die voraussichtliche Entwicklung des Konzerns mit ihren wesentlichen Chancen und Risiken für die beiden nächsten Geschäftsjahre zu erläutern und diese zu einer Gesamtaussage zu verdichten. Dazu gehören auch Aussagen über Änderungen der Geschäftspolitik, die Erschließung neuer Absatzmärkte, die

Verwendung neuer Verfahren, wie z. B. in der Beschaffung, Produktion oder beim Absatz, und das Angebot neuer Produkte oder Dienstleistungen. Die daraus voraussichtlich resultierenden Investitionsvolumina und die erwarteten finanzwirtschaftlichen Auswirkungen sind zu erläutern.

Die Risikoberichterstattung ist in einem separaten Standard (DRS 5) geregelt. Die Darstellung der Chancen der voraussichtlichen Entwicklung kann getrennt von der oder gemeinsam mit der Risikoberichterstattung erfolgen. Die Darstellung der voraussichtlichen Entwicklung im Chancen- und Risikobericht hat sich auf die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen (z. B. Konjunktur), die Branchenaussichten und auf positive oder negative Entwicklungstrends sowie deren wesentliche Einflussfaktoren zu beziehen. Die Erwartungen der Unternehmensleitung zur weiteren Entwicklung der Ertragslage und der Finanzlage sind darzustellen und mindestens als positiver oder negativer Trend zu beschreiben. Dabei sind die Auswirkungen der wesentlichen Einflussfaktoren zu erläutern.

Als Prognosezeitraum sind mindestens zwei Jahre, gerechnet vom Abschlussstichtag, zugrunde zu legen. Bei Unternehmen mit längeren Marktzyklen oder bei komplexen Großprojekten empfiehlt sich jedoch ein längerer Betrachtungszeitraum. Der Zeitraum, auf den sich die dargestellten Erwartungen beziehen, ist anzugeben. Umfasst der Konzernabschluss eine Segmentberichterstattung, ist auf die voraussichtliche Entwicklung der Segmente gesondert einzugehen.

Der Konzernlagebericht muss den Prognosecharakter der Darstellung sowie die wesentlichen Annahmen und Unsicherheiten bei der Beurteilung der voraussichtlichen Entwicklung erkennen lassen. In besonderen Fällen, in denen in Bezug auf die zukünftige Entwicklung aufgrund gesamtwirtschaftlicher Rahmenbedingungen außergewöhnlich hohe Unsicherheit besteht, sodass die Prognosefähigkeit der Unternehmen wesentlich beeinträchtigt ist, kann von konkreten Aussagen zur voraussichtlichen wirtschaftlichen Entwicklung abgesehen werden. Der vollständige Verzicht auf zukunftsgerichtete Aussagen ist allerdings nicht zulässig.

Der Konzernlagebericht muss auch auf die wesentlichen Merkmale des internen Kontroll- und des Risikomanagementsystems im Hinblick auf den Konzernrechnungslegungsprozess eingehen, sofern eines der in den Konzernabschluss einbezogenen Tochterunternehmen oder das Mutterunternehmen kapitalmarktorientiert ist. Es ist auf die Strukturen und Prozesse des internen Kontroll- und des Risikomanagementsystems einzugehen. Ausführungen zur Effektivität des internen Kontroll- und des Risikomanagementsystems sind nicht erforderlich. Sofern kein internes Kontroll- und kein Risikomanagementsystem besteht, ist dies im Konzernlagebericht anzugeben.

Im Konzernlagebericht hat ferner eine Risikoberichterstattung in Bezug auf die Verwendung von Finanzinstrumenten zu erfolgen, sofern dies für die Beurteilung der Lage oder der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns wesentlich ist.

Für Mutterunternehmen, die durch Ausgabe stimmberechtigter Aktien einen organisierten Kapitalmarkt im Sinne des § 2 Abs. 7 WpHG in Anspruch nehmen, sind zudem die übernahmerechtlichen Angaben gemäß § 315 Abs. 4 HGB verbindlich für den Konzernlagebericht vorgeschrieben.

Darüber hinaus haben börsennotierte Aktiengesellschaften sowie Aktiengesellschaften, die ausschließlich andere Wertpapiere als Aktien zum Handel an einem organisierten Markt im Sinne des § 2 Abs. 5 WpHG ausgegeben haben und deren ausgegebene Aktien auf eigene Veranlassung über ein multilaterales Handelssystem im Sinne des § 2 Abs. 3 S. 1 Nr. 8 WpHG gehandelt werden, gemäß § 289a HGB eine Erklärung zur Unternehmensführung in ihren Lagebericht aufzunehmen. Wird der Konzernlagebericht gemäß § 315 Abs. 3 HGB gemeinsam mit dem Lagebericht des Konzernmutterunternehmens veröffentlicht, ist die Erklärung zur Unternehmensführung Bestandteil des Konzernlageberichts.

3.3. Anforderungen an die Risikoberichterstattung gemäß DRS 5

DRS 5 ergänzt DRS 15 um die Grundsätze der Risikoberichterstattung. Das Ziel von DRS 5 besteht darin, den Adressaten des Konzernlageberichts Informationen zur Verfügung zu stellen, die es ihnen ermöglichen, sich ein zutreffendes Bild über die Risiken der künftigen Entwicklung des Konzerns zu machen.

Die Regelungen in DRS 5 sind wiederum abstrakt formuliert, um eine unternehmensindividuelle Risikoberichterstattung zu ermöglichen. Die hiermit verbundenen inhaltlichen Ermessensspielräume lassen sich wiederum für eine adressatenorientierte Informationsvermittlung nutzen. Damit kann das berichterstattende Unternehmen direkten Einfluss auf die Qualität der Risikoberichterstattung nehmen.

Gegenstand und Umfang der Risikoberichterstattung hängen sowohl von den Gegebenheiten des Konzerns und seiner Unternehmen als auch von deren markt- und branchenbedingtem Umfeld ab. Dabei sollte jedes Unternehmen so über seine Risiken berichten, wie sie intern – im Rahmen des Risikomanagements – eingeteilt werden. Als Risiko wird in diesem Kontext die Möglichkeit von negativen künftigen Entwicklungen der wirtschaftlichen Lage des Konzerns verstanden, während eine Chance als Möglichkeit von positiven künftigen Entwicklungen definiert ist.

Berichtspflichtig sind nach DRS 5 alle Risiken, die die Entscheidungen der Adressaten beeinflussen können. Solche Risiken liegen insbesondere dann vor, wenn die Gefahr einer deutlichen Verschlechterung der wirtschaftlichen Lage des Konzerns besteht oder Hinweise auf eine mögliche wirtschaftliche oder rechtliche Bestandsgefährdung vorliegen.

Die Risikoberichterstattung muss aus sich heraus verständlich sein. Zu diesem Zweck sind die einzelnen Risiken zu beschreiben und mögliche Konsequenzen der Risiken zu erläutern. Aus der Darstellung soll zudem die Bedeutung der Risiken für den Konzern hervorgehen. Den Schwerpunkt der Berichterstattung bilden die

mit den spezifischen Gegebenheiten des Konzerns und seiner Geschäftstätigkeit verbundenen Risiken. Berichtspflichtig sind insbesondere Risikokonzentrationen, wie z.B. Konzentrationen auf einzelne Kunden, Lieferanten, Produkte, Patente und Länder. Die einzelnen Risiken sind in geeigneter Form zu Risikokategorien zusammenzufassen (z. B. Umfeld und Branchenrisiken, unternehmensstrategische Risiken, finanzwirtschaftliche Risiken). Risiken, die den Bestand des Konzerns gefährden könnten, sind als solche zu bezeichnen.

Als Prognosezeitraum sollte für bestandsgefährdende Risiken grundsätzlich ein Jahr, für andere wesentliche Risiken ein überschaubarer Zeitraum von in der Regel zwei Jahren zugrunde gelegt werden.

DRS 5 verlangt eine Risikoquantifizierung, wenn verlässliche und anerkannte Methoden zur Quantifizierung der Risiken vorhanden sind, die Risikoquantifizierung wirtschaftlich vertretbar ist und die Quantifizierung eine entscheidungsrelevante Information für die Adressaten des Konzernlageberichts darstellt. In diesem Fall sind die verwendeten Modelle und deren Annahmen zu erläutern.

Grundsätzlich sieht DRS 5 eine Berichterstattung über die Risiken nach Berücksichtigung eventueller Risikobewältigungsmaßnahmen – wie z. B. den Abschluss einer Versicherung – vor. Insoweit ist die Berichterstattung auf das verbleibende Restrisiko beschränkt. Falls allerdings die ergriffenen Maßnahmen das Risiko nicht verlässlich kompensieren können, sind die Risiken vor Bewältigungsmaßnahmen sowie die Gegenmaßnahmen anzugeben. Über Risiken, für die im Jahresabschluss bereits bilanzielle Vorsorge (z. B. durch Rückstellungsbildung) getroffen wurde, ist nur insoweit zu berichten, als dies zur Gesamteinschätzung der Risikosituation erforderlich ist.

DRS 5 verlangt darüber hinaus, das Risikomanagement in angemessenem Umfang zu beschreiben. Dabei ist auf die Strategie, den Prozess und die Organisation des Risikomanagements einzugehen. Kredit- und Finanzdienstleistungsinstitute sowie Versicherungsunternehmen sind speziellen, branchenspezifischen Risiken ausgesetzt. Für die Risikoberichterstattung von Banken und Versicherungen gelten daher Zusatzanforderungen, die in DRS 5-10 und DRS 5-20 verankert sind.

3.4. Reform der Rechnungslegung durch das BilMoG

Durch das Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz (BilMoG) ist das HGB im Jahr 2009 einer umfassenden Reform unterzogen worden. Die zentrale Zielsetzung hat darin bestanden, das HGB als Alternative zu den International Financial Reporting Standards (IFRS) weiterzuentwickeln, den Informationsgehalt des handelsrechtlichen Jahresabschlusses zu steigern und bestehende Wahlrechte abzuschaffen, ohne die HGB-Bilanz als Grundlage der Ausschüttungsbemessung und der steuerlichen Gewinnermittlung aufzugeben. Zugleich sollte an dem System der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung (GoB) festgehalten werden. Die Neuregelungen gelten spätestens für Geschäftsjahre beginnend nach dem 31. Dezember 2009.

Der Schwerpunkt der Neuerungen im Zuge des BilMoG liegt im Bereich der Ansatz- und Bewertungsvorschriften. Darüber hinaus ist für kapitalmarktorientierte Unternehmen die Lageberichterstattung erweitert worden. Die wesentlichen handelsrechtlichen Neuregelungen durch das BilMoG lassen sich überblickartig wie folgt darstellen:

Zunächst ist das früher für selbst geschaffene immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens – wie zum Beispiel Patente oder Know-how – geltende Aktivierungsverbot gemäß § 248 Abs. 2 HGB a. F. aufgehoben und durch ein Aktivierungswahlrecht für die in diesem Zusammenhang anfallenden Entwicklungskosten ersetzt worden (§§ 248 Abs. 2 i. V. m. 255 Abs. 2a HGB). Durch diese Neuregelung – die vor allem für innovative Unternehmen bedeutsam ist, die intensiv forschen und entwickeln – wird die Aussagekraft des handelsrechtlichen Jahresabschlusses verbessert. Eine Aktivierung von Entwicklungskosten ist allerdings nur insoweit zulässig, wie ein Vermögensgegenstand vorliegt. Selbst geschaffene Marken, Drucktitel, Verlagsrechte, Kundenlisten und vergleichbare immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens unterliegen weiterhin einem Aktivierungsverbot. Dies gilt gleichermaßen für Forschungskosten. Insoweit lehnen sich die handelsrechtlichen Neuregelungen eng an International Accounting Standard (IAS) 38 an. Im Anhang sind der Gesamtbetrag der angefallenen Forschungs- und Entwicklungskosten des Geschäftsjahrs und der davon auf selbst geschaffene immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens entfallende Betrag anzugeben.

Für einen entgeltlich erworbenen Geschäfts- oder Firmenwert sieht das reformierte HGB eine Ansatzpflicht in Verbindung mit einer planmäßigen Abschreibung über die voraussichtliche Nutzungsdauer vor (§§ 246 Abs. 1 Satz 4 i. V. m. 253 Abs. 3 Satz 1 HGB). Im Fall einer dauerhaften Wertminderung ist eine außerplanmäßige Abschreibung vorzunehmen. Damit ist der international übliche Impairment-Only-Ansatz handelsrechtlich unzulässig. Entfällt der Grund für eine frühere außerplanmäßige Abschreibung, darf der Wertansatz nicht erhöht werden (Zuschreibungsverbot gemäß § 253 Abs. 5 Satz 2 HGB).

Die Ermittlung latenter Steuern hat in der Handelsbilanz nach dem international üblichen bilanzorientierten (temporary-) Konzept zu erfolgen (§§ 274, 306 HGB). Zu diesem Zweck hat ein Vergleich eines jeden Bilanzpostens in der Handelsbilanz mit dem in der Steuerbilanz zu erfolgen. In die Steuerabgrenzung einzubeziehen sind dabei nicht nur zeitliche, sondern auch quasi-permanente Differenzen. Während für aktive latente Steuern im Einzelabschluss ein Ansatzwahlrecht und im Konzernabschluss eine Ansatzpflicht besteht, gilt für passive latente Steuern stets eine Ansatzpflicht. Bei Inanspruchnahme des Aktivierungswahlrechts sind aktive latente Steuern auf steuerliche Verlustvorträge zu bilden, wobei die Steuerabgrenzung auf Verlustvorträge innerhalb eines Zeithorizonts von fünf Jahren begrenzt ist. Maßgeblich für die Bewertung der Steuerlatenzen ist der unternehmensindividuelle Steuersatz im Zeitpunkt der Umkehr der Differenz.

Darüber hinaus sind durch das BilMoG verschiedene Ansatz- und Bewertungswahlrechte abgeschafft worden, um die internationale Vergleichbarkeit des HGB-Abschlusses zu erhöhen. Hierzu zählen beispielsweise die früher bestehende Möglichkeit der Aktivierung von Ingangsetzungs- und Erweiterungsaufwendungen und das nicht mehr als zeitgemäß angesehene Wahlrecht zur Vornahme von Abschreibungen nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung. Zudem sind an die Stelle der früheren Passivierungswahlrechte für Rückstellungen Passivierungsverbote getreten. Dies betrifft die auf internationaler Ebene unbekanntes Rückstellungen ohne Verbindlichkeitscharakter (Aufwandsrückstellungen).

Im Bereich der Bewertungsvorschriften wurde durch das BilMoG zum einen der Bewertungsmaßstab „Herstellungskosten“ (§ 255 Abs. 2 HGB) an den steuerlichen Herstellungskostenbegriff angepasst. Dies hat zur Folge, dass die Herstellungskosten in der Handelsbilanz weitgehend den produktionsbezogenen Vollkosten entsprechen, womit eine Annäherung an IAS 2 vollzogen worden ist.

Zum anderen ist die Rückstellungsbewertung reformiert worden (§ 253 Abs. 1 Satz 2, Abs. 2 HGB). In Zukunft müssen im Rahmen der Wertermittlung auch künftige Entwicklungen berücksichtigt werden, für deren Eintritt objektive Hinweise vorliegen (Trendantizipation). Im Ergebnis wird durch die Neuregelung eine realistischere Bewertung erreicht. Zudem ist bei langfristigen Rückstellungen eine Abzinsung vorgeschrieben.

Die Möglichkeit einer umfassenden Fair-Value-Bewertung – wie sie die IFRS kennen – hat der deutsche Gesetzgeber hingegen nicht in das HGB übernommen. Eine Fair-Value-Bewertung von zu Handelszwecken erworbenen Finanzinstrumenten dürfen nach HGB ausschließlich Banken vornehmen.

Durch das BilMoG wurde auch die Konzernrechnungslegung modernisiert (§ 290 HGB). Zukünftig besteht eine Verpflichtung zur Aufstellung eines Konzernabschlusses, wenn eine Beherrschungsmöglichkeit besteht. Dieses Konzept des beherrschenden Einflusses hat u. a. zur Folge, dass Zweckgesellschaften (special purpose entities) in den HGB-Konzernabschluss einbezogen werden müssen. Hierdurch wird die Transparenz des handelsrechtlichen Konzernabschlusses erhöht. Zugleich wird die Kapitalkonsolidierung auf die Neubewertungsmethode beschränkt (§ 301 HGB). Die früher zulässige Buchwertmethode entfällt. Ein aus der Kapitalkonsolidierung resultierender (positiver) Unterschiedsbetrag ist auf der Aktivseite als Geschäfts- oder Firmenwert auszuweisen und planmäßig über den Zeitraum abzuschreiben, in dem er voraussichtlich genutzt wird (§ 309 Abs. 1 HGB).

Schließlich ist zu erwähnen, dass kapitalmarktorientierte Kapitalgesellschaften, die nicht zur Aufstellung eines Konzernabschlusses verpflichtet sind, ihren Jahresabschluss um eine Kapitalflussrechnung und einen Eigenkapitalpiegel erweitern müssen. Sie dürfen ihren Abschluss darüber hinaus wahlweise um eine Segmentberichterstattung ergänzen (§ 264 Abs. 1 Satz 2 HGB). Aus Sicht der

Adressaten des Jahresabschlusses ist diese Erweiterung des Umfangs der Rechnungslegung uneingeschränkt zu begrüßen.

3.5. Systemfrage: Rechnungslegung nach IFRS oder HGB?

In Deutschland müssen Jahresabschlüsse nach nationalem Recht, d. h. insbesondere HGB, aufgestellt werden. Dabei besitzt der handelsrechtliche Jahresabschluss von Kapitalgesellschaften und KapCo-Gesellschaften primär eine Gläubigerschutzfunktion. Der im Mittelpunkt stehende Schutz der Gläubiger des bilanzierenden Unternehmens vor dem Ausfall ihrer Forderungen wird – vereinfacht ausgedrückt – dadurch erreicht, dass die Haftungssubstanz von Kapitalgesellschaften durch eine vorsichtige Gewinnermittlung in Verbindung mit einer Begrenzung des an die Gesellschafter ausschüttungsfähigen Betrags erhalten wird.

Das handelsrechtliche Gläubigerschutzprinzip ist eine deutsche Besonderheit, die den internationalen Rechnungslegungsgrundsätzen IFRS fremd ist. Angesichts der reinen Informationsfunktion des IFRS-Abschlusses, hat sich der deutsche Gesetzgeber dazu entschieden, die Anwendung der IFRS im Einzelabschluss ausschließlich im Rahmen eines Wahlrechts auf freiwilliger Basis zuzulassen. Bei Inanspruchnahme dieses Wahlrechts muss aber für Zwecke der Ausschüttungsbemessung und als Grundlage für die Besteuerung in jedem Fall zusätzlich ein Jahresabschluss nach HGB aufgestellt werden. Die Bedeutung des HGB-Abschlusses für die Besteuerung ist darauf zurückzuführen, dass das deutsche Steuerrecht grundsätzlich an die Handelsbilanz anknüpft (Maßgeblichkeitsprinzip).

Kapitalgesellschaften, die freiwillig einen Einzelabschluss nach IFRS aufstellen, dürfen die vorgeschriebene Offenlegung des Abschlusses im elektronischen Bundesanzeiger auf den IFRS-Abschluss beschränken (§ 325 Abs. 2a HGB). Der Jahresabschluss nach HGB muss bei Inanspruchnahme dieses Wahlrechts nicht veröffentlicht werden.

In Deutschland ansässige Konzerne müssen grundsätzlich einen konsolidierten Abschluss aufstellen und offenlegen (§§ 290, 325 Abs. 3 HGB, §§ 11, 15 Abs. 1 PubLG). Im Konzernabschluss werden die rechtlich selbständigen Konzernunternehmen so behandelt als würden sie nicht nur wirtschaftlich, sondern auch rechtlich ein einziges Unternehmen darstellen (Einheitstheorie).

Die Konzernrechnungslegung in Deutschland orientiert sich grundsätzlich an den Rechnungslegungsvorschriften des HGB. Eine Ausnahme besteht allerdings für kapitalmarktorientierte Mutterunternehmen und für Mutterunternehmen, die im Inland eine Börsenzulassung beantragt haben (§ 315a Abs. 1 und 2 HGB). Diese Mutterunternehmen müssen auf Konzernebene die von der EU anerkannten (endorsed) IFRS anwenden, sofern sie nach den handelsrechtlichen Vorschriften zur Aufstellung eines Konzernabschlusses verpflichtet sind. Im Gegenzug entfällt die Verpflichtung zur Aufstellung eines HGB-Konzernabschlusses.

Für die übrigen in Deutschland ansässigen Mutterunternehmen besteht ein Wahlrecht, die IFRS im Konzernabschluss anzuwenden (§ 315a Abs. 3 HGB). Mutterunternehmen, die die IFRS im Konzernabschluss freiwillig anwenden, sind von der Pflicht zur Konzernrechnungslegung nach HGB befreit.

Im Fall der Aufstellung eines IFRS-Konzernabschlusses ist ergänzend ein Konzernlagebericht nach Maßgabe von § 315 HGB aufzustellen (§ 315a Abs. 1 HGB). Dies ist darauf zurückzuführen, dass die IFRS bislang keinen Lagebericht im handelsrechtlichen Sinne, insbesondere keinen Chancen- und Risikobericht kennen. Insoweit geht die Rechnungslegung nach HGB zumindest derzeit über die Informationsvermittlung nach IFRS hinaus.

Nicht zuletzt vor diesem Hintergrund besteht aktuell keine grundsätzliche Überlegenheit von IFRS-Abschlüssen gegenüber Jahresabschlüssen nach HGB. Dies gilt insbesondere nach Umsetzung der HGB-Reform durch das BilMoG und der hierdurch vollzogenen Annäherung an die IFRS. Die unterschiedliche Informationsqualität, die Unternehmen ihren Adressaten zur Verfügung stellen, kann also nicht auf die Systemfrage „Rechnungslegung nach IFRS oder HGB“ verengt werden.

Die IFRS werden insbesondere von kleinen und mittleren Unternehmen (sog. KMU), die den Kapitalmarkt überwiegend nicht in Anspruch nehmen, als zu komplex und kostenträchtig betrachtet. Daher ist aktuell nicht zu erwarten, dass KMU auf absehbare Zeit nach IFRS bilanzieren wollen. Eine Alternative könnte der vom IASB – dem Standardsetter der IFRS – am 9. Juli 2009 veröffentlichte Bilanzierungsstandard „IFRS for Small and Medium-sized Entities“ (sog. IFRS for SME) sein. Der IASB hat mit diesem Standard eine vereinfachte Anwendung der IFRS beabsichtigt. Jedoch ist die vereinfachte Anwendung der IFRS bereits dadurch zu relativieren, dass bei Anwendung der IFRS for SME teilweise ein Rückgriff auf die Full-IFRS erforderlich ist.

Die praktische Bedeutung der IFRS for SME ist in Deutschland gegenwärtig gering. Sie können nur freiwillig und zusätzlich zum HGB-Abschluss angewendet werden. Eine Übernahme des Standards in EU-Recht ist nicht vorgesehen.

Ein Anreiz zu einer freiwilligen Anwendung der IFRS for SME besteht in Deutschland aber kaum, insbesondere nach der Umsetzung der HGB-Reform durch das BilMoG. Nach Auffassung der Vereinigung zur Mitwirkung an der Entwicklung des Bilanzrechts für Familiengesellschaften (VMBEF) und der Stiftung Familienunternehmen sind die IFRS for SME für große kapitalmarktfähige Familienunternehmen nicht hinreichend aussagekräftig. Für mittelständische Familienunternehmen sind die Mittelstands-IFRS hingegen zu umfangreich, zu komplex, zu teuer und im Grunde mit Informationspflichten beladen, die für sie nicht relevant sind. Damit gehen die IFRS for SME an den Informationsbedürfnissen und der Zielgruppe von nicht börsennotierten Familienunternehmen vorbei.

4. Inhaltliche Bewertung

4.1. Struktur und Geschäftstätigkeit

Wie bereits in den Vorjahren beschreiben die Familienunternehmen recht umfassend die Unternehmensstruktur einschließlich der Geschäftsfelder und Standorte und geben ausführliche Informationen zu ihren wesentlichen Produkten und Dienstleistungen. Demgegenüber vergleichsweise schmallippig zeigen sie sich wenn es darum geht, die Position im Wettbewerb zu erläutern, geschweige denn Aussagen zu Marktanteilen zu machen. Zwar zeigt sich auch hier gegenüber dem Vorjahr eine leichte Verbesserung der durchschnittlichen Bewertung von 35,8 % auf 42,3 %; dennoch wäre in diesem Punkt nach wie vor mehr Klarheit wünschenswert.

4.2. Unternehmensführung und Compliance

Bei der Bewertung der Angaben zur Unternehmensführung haben wir in diesem Jahr erstmals den Themenkomplex stärker in die Untersuchung mit einbezogen. Insofern sind die aggregierten Ergebnisse zu diesem Punkt nicht mit denen des Vorjahres vergleichbar. Die Angaben dazu, wie Unternehmen die Einhaltung interner Richtlinien überwachen und vor allem sicherstellen, sind mit einer durchschnittlichen Bewertung von 30,1 % eher knapp. Auskunftsfreudiger (54,5 %) zeigen sich die Familienunternehmen bei der Darstellung der gesellschaftsrechtlichen Struktur des Konzerns sowie des Beteiligungsportfolios.

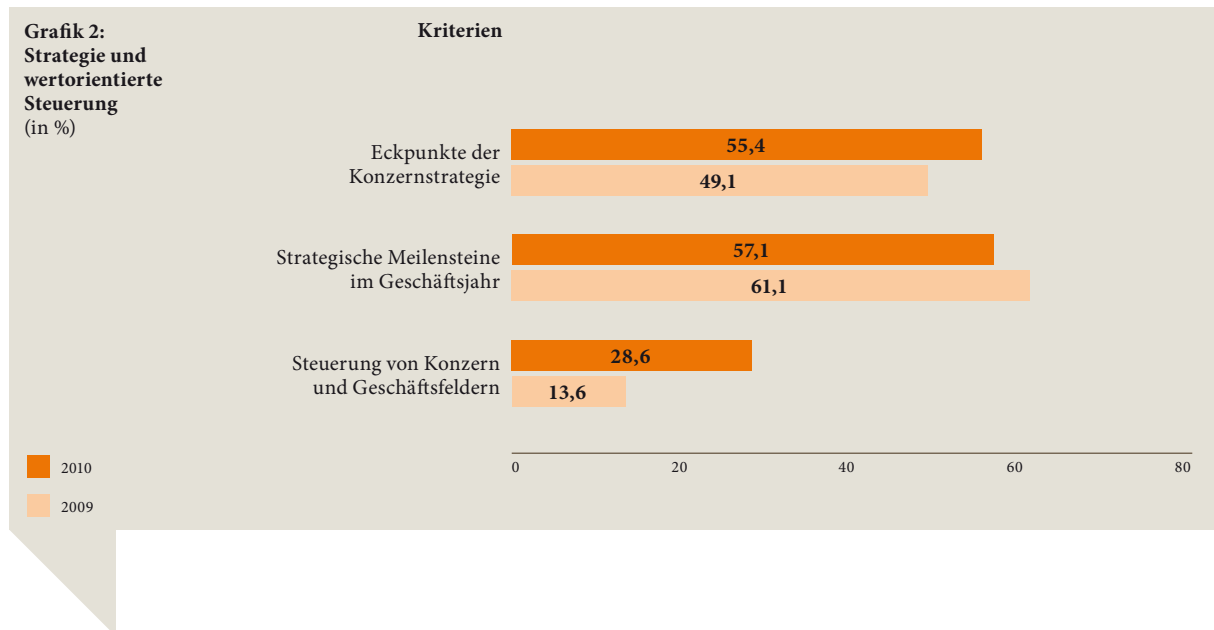
Detailliertere Angaben zur Vergütung der Organmitglieder finden sich – analog zur Situation in den Vorjahren – nur in sehr wenigen Geschäftsberichten. Dieses Bild gilt über alle Unternehmen hinweg, auch die Berichte aus der Spitzengruppe des diesjährigen Wettbewerbs enthalten zu diesem Punkt häufig überhaupt keine und wenn, dann allenfalls knappe Angaben. Lediglich bei drei der untersuchten Geschäftsberichte sind etwas detailliertere Angaben darüber zu finden, wie Vorstand oder Geschäftsführung bezahlt werden.

4.3. Strategie und Steuerung

Bei den Angaben zur Strategie und dazu, wie das Unternehmen gesteuert wird, zeigt sich über die Gesamtheit aller Unternehmen gegenüber dem Vorjahr eine deutliche Verbesserung (47,0 % gegenüber 41,2 % bei den Geschäftsberichten 2009).

Insbesondere die Darstellung der Konzernstrategie in ihren Eckpunkten ist nochmals ausführlicher ausgefallen, nachdem bereits bei den 2009er-Berichten in diesem Punkt eine klare Verbesserung gegenüber der Bewertung des Vorjahres zu Buche gestanden hatte.

Etwas zugeknöpfter als im Geschäftsbericht 2009 geben sich die Familienunternehmen bei ihrer Darstellung dazu, welche wesentlichen strategischen Meilensteine im Geschäftsjahr erreicht wurden (durchschnittliche erreichte Bewertung 57,1 % vs. 61,1 % im Vorjahr). Hierbei ist allerdings zu berücksichtigen, dass die



Bewertung der Berichte aus dem Jahr 2009 sehr hoch war. Dies ging zu einem gewichtigen Teil auf das deutlich zu erkennende Bemühen der Unternehmen zurück, angesichts der vielfach krisenbedingt schwierigen Ertragslage des Geschäftsjahres 2009 die Erfolge bei der strategischen Weiterentwicklung zu betonen. Im Vergleich zur durchschnittlichen Bewertung der Geschäftsberichte 2008 (35,7 %) bedeutet der 2010er Wert einen klaren Anstieg.

Auffällig ist die starke Verbesserung beim Punkt „Steuerung von Konzern und Geschäftsfeldern“. Hier scheinen die Unternehmen nach dem Krisenjahr 2009 nun bereit zu sein, mehr Informationen zu veröffentlichen – wobei der Durchschnittswert von 28,6 % in dieser Kategorie nach wie vor auf reichlich vorhandene Luft nach oben hinweist.

4.4. Nachhaltigkeit

Erstmals haben wir im Rahmen des Private Public Awards umfassend die Berichterstattung der Familienunternehmen zum Thema Nachhaltigkeit untersucht. Wenn es um konkrete Angaben dazu geht, wie sie den Interessen ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gerecht werden, zeigen die untersuchten Berichte ebenso eine angemessene Informationstiefe wie im Hinblick auf die ökologischen Aspekte der Produktion sowie bei den Informationen zur Nachhaltigkeit der Produkte. Die Informationen zur Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung dazu, wie die Unternehmen auch bei Auswahl und Umgang mit ihren Lieferanten auf Nachhaltigkeit achten, fallen demgegenüber schon knapper aus. Ins Auge fällt das schwache Durchschnittsergebnis bei der Darstellung von Zielen und Programmen im Nachhaltigkeitsbereich. Zwar erreichen immerhin acht Geschäftsberichte hier die Höchstpunktzahl, bei 25 Berichten fehlen entsprechende Angaben jedoch vollständig. Details zur Auswertung der Nachhaltigkeitsberichte finden sich im Kapitel 6.

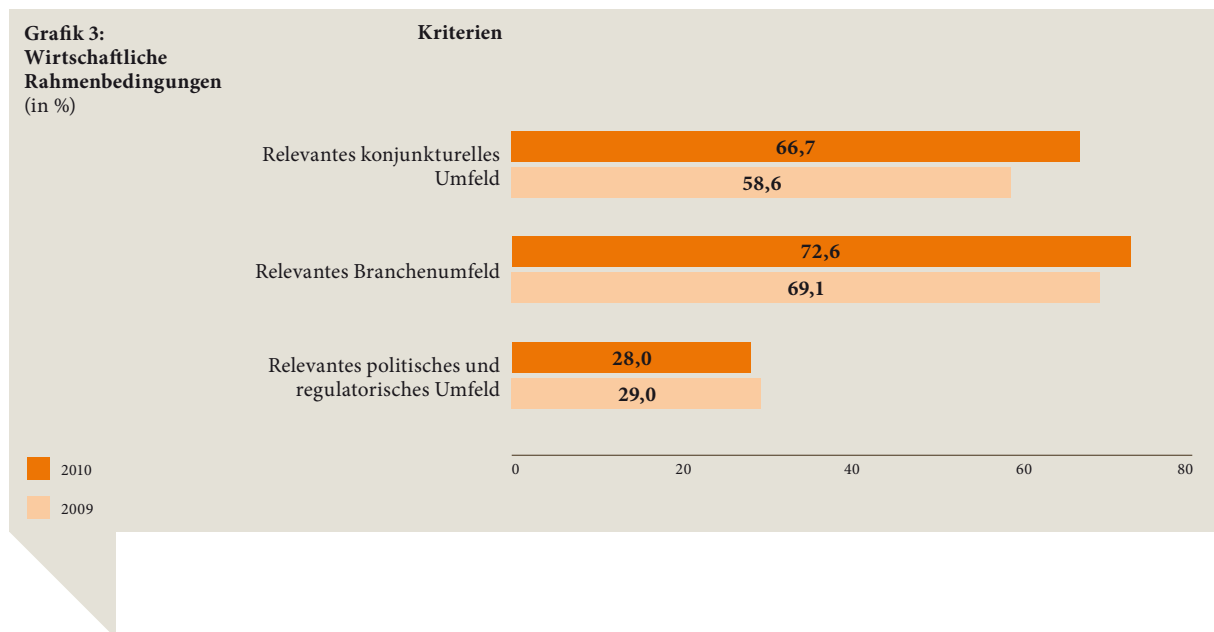
4.5. Wirtschaftliche Rahmenbedingungen und Geschäftsentwicklung

Insgesamt haben die Aussagen zur Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in den Geschäftsberichten 2010 an Umfang und Tiefe zugenommen; entsprechend legte die Durchschnittsnote auf 55,5% zu. Die in vielen Märkten rasche Bewältigung der Krise und der einsetzende Aufschwung waren vielen Unternehmen einige erläuternde Absätze zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung in ihrem Geschäftsbericht wert.

Dabei ging es vermutlich nicht nur darum, den Hintergrund der eigenen Umsatz- und Ertragsentwicklung zu erläutern. Sondern auch darum, dem Leser deutlich zu machen, dass 2010 ein in vielerlei Hinsicht außergewöhnliches Jahr war und sich die Entwicklung – auch im Hinblick auf das eigene Geschäft – nicht einfach in die Zukunft fortschreiben lässt. Die zum Zeitpunkt der Redaktion der meisten Konzernlageberichte aufziehende Staatsschulden- und Finanzmarktkrise dürfte so mancher Autor bereits im Hinterkopf gehabt haben.

Die bereits im Vorjahr ausgeweiteten Beschreibungen des relevanten Branchenumfelds sind 2010 nochmals etwas ausführlicher ausgefallen. Offenbar räumen die Unternehmen diesen Punkt mittlerweile eine höhere Relevanz ein, wenn es darum geht, die eigenen Zahlen zu erläutern – ein uneingeschränkt begrüßenswerter Trend.

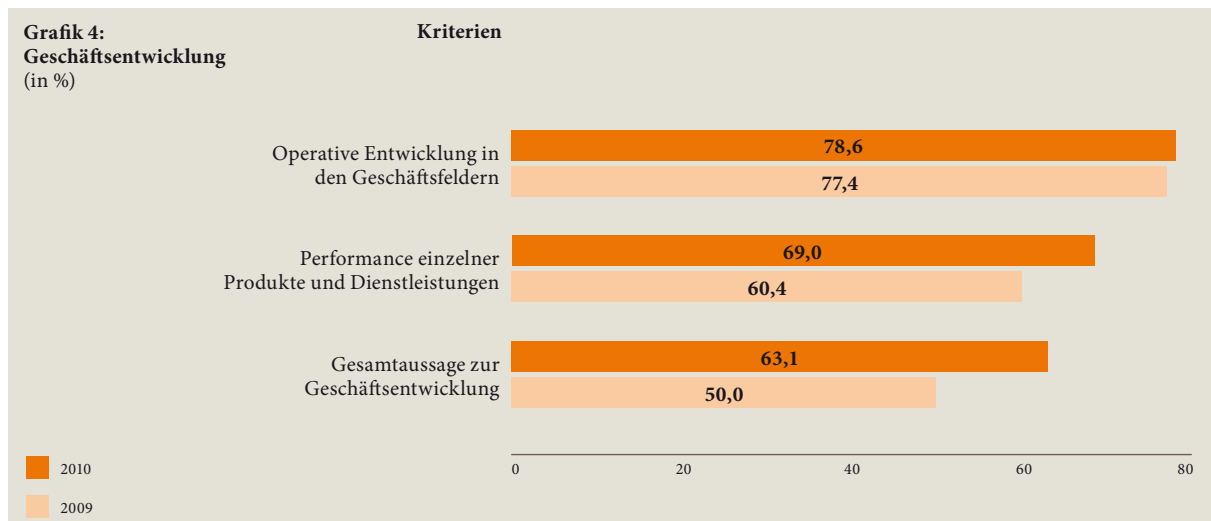
Unverändert knapp blieben dagegen die Angaben zur Entwicklung des politischen und regulatorischen Umfelds für das eigene Geschäft. Hier liegt die Durchschnittsbewertung der Berichte 2010 wieder leicht unter dem Niveau des Vorjahres.



4.6. Geschäftsentwicklung

Angesichts der insgesamt verbesserten Lage hatten wir erwartet, dass die in den Berichten zum Jahr 2009 teilweise verknappten Aussagen zu diesem Punkt in den Ausgaben 2010 wieder ausführlicher ausfallen. Dies hat sich durch unsere Analyse bestätigt. Über operative Erfolge, die sich in den Zahlen niederschlagen, schreibt es sich leichter als über ein rückläufiges Geschäft. Dies zeigt sich in den Ergebnissen insbesondere an der verbesserten Bewertung der Gesamtaussage zur Geschäftsentwicklung. Hatte noch im Vorjahr mehr als jedes zweite Unternehmen (60 %) auf eine halbwegs fundierte Aussage hierzu verzichtet, sind in der diesjährigen Einzelauswertung diverse Male Bestnoten enthalten. Lediglich vier Unternehmen lassen dem Leser ihres Geschäftsberichtes überhaupt keine zusammenfassende Aussage zu ihrer Geschäftsentwicklung zukommen.

In das Gesamtbild passt, dass auch die Darstellung einzelner Produkte und Dienstleistungen gegenüber dem Vorjahr zugenommen hat und sogar leicht über dem Niveau liegt, das die Unternehmen im Schnitt mit ihren Berichten des Jahres 2008 erreicht hatten. Wachstum – in vielen Fällen sogar auf neue Umsatzrekorde – lässt sich angenehmer mit den eigenen Leistungen in Verbindung bringen als eine Entwicklung in der entgegengesetzten Richtung.



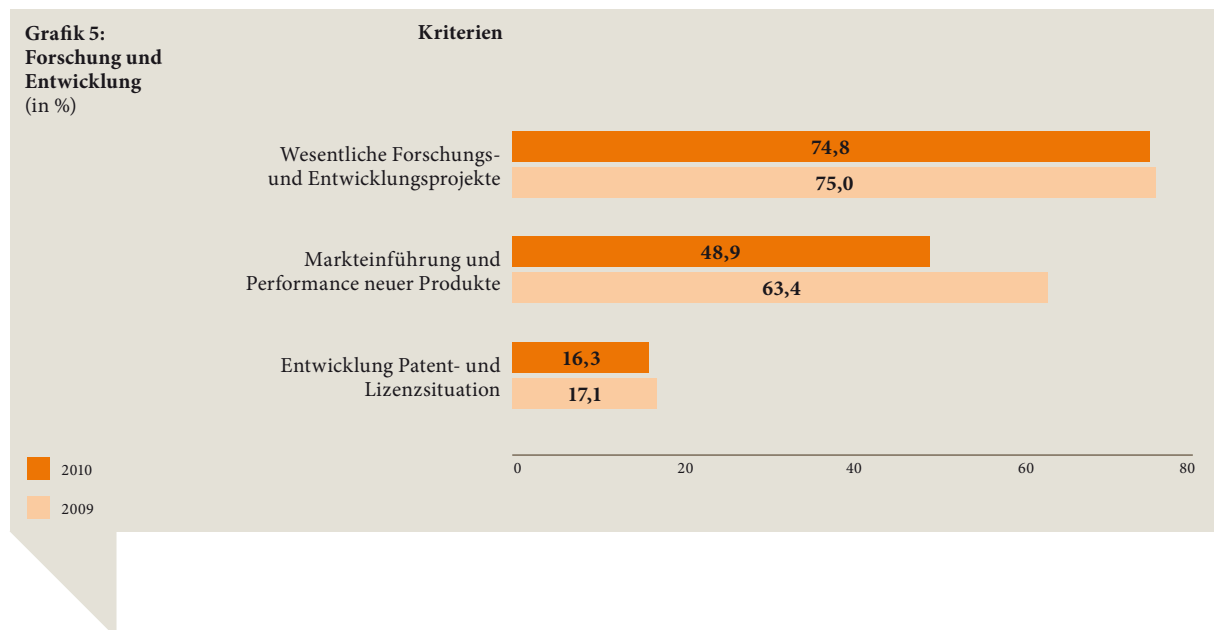
4.7. Forschung und Entwicklung

Wenn es darum geht, die wesentlichen Forschungs- und Entwicklungsprojekte darzustellen, präsentieren sich die Unternehmen in ihren Geschäftsberichten 2010 ähnlich auskunftsfreudig wie im Jahr zuvor. Kompetenz in diesem Bereich scheint den meisten Akteuren immer noch einer der besten Belege für die eigenen guten Perspektiven zu sein. Vielen Berichten ist der Stolz auf die Leistungen der eigenen Entwicklungsabteilungen sehr deutlich anzumerken – entsprechend großen Spaß

bereitet die Lektüre vielfach. Dass die Gesamtbewertung für den Komplex Forschung und Entwicklung bei den 2010er Berichten mit 47,6 % dennoch deutlich hinter der des Vorjahres (53,4 %) zurückblieb, liegt vor allem in wesentlich verknappten Ausführungen zu Markteinführungen und die Performance neuer Produkte begründet. Möglicherweise war es manchem Unternehmen angesichts der insgesamt verbesserten Lage weniger wichtig, einzelne Hoffnungsträger besonders herauszustellen.

Angesichts der ebenfalls geringen Punktzahlen in den Wettbewerben 2008 und 2009 fast schon traditionell gering ist die durchschnittliche Bewertung von Qualität und Umfang der Berichterstattung zur Patent- und Lizenzsituation. Nur etwa ein Viertel der in die Untersuchung einbezogenen Unternehmen machte hierzu überhaupt Angaben.

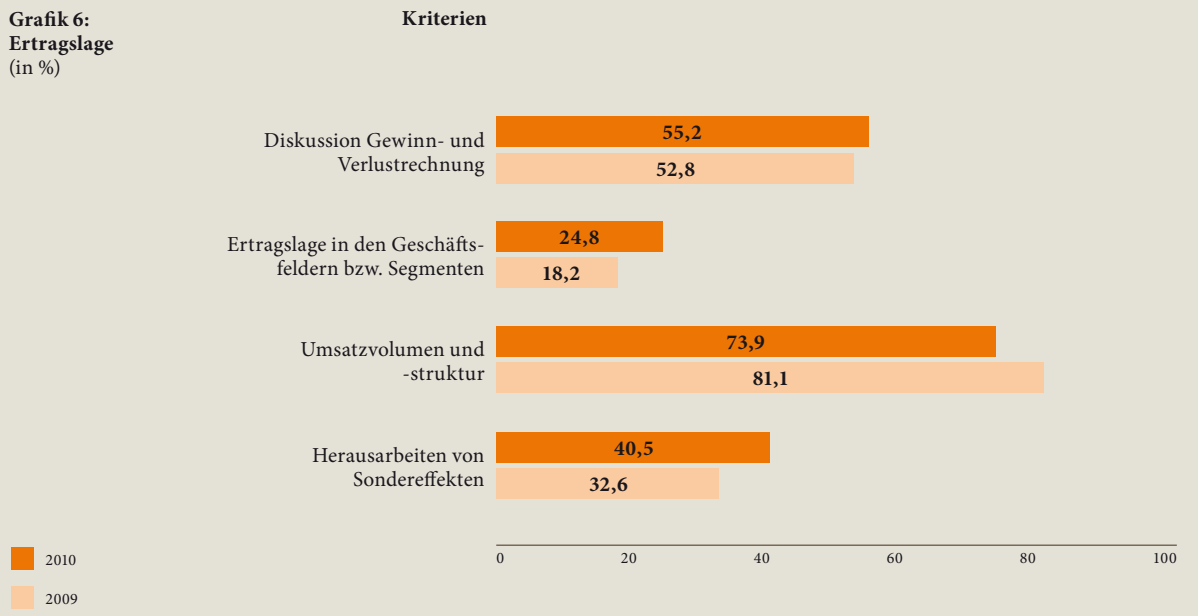
Bei Banken und Dienstleistungsunternehmen blieb das Thema Forschung und Entwicklung unberücksichtigt und ging nicht in das Gesamturteil ein.



4.8. Ertragsentwicklung

Bei der Darstellung der Ertragssituation haben die Familienunternehmen das Transparenzniveau gegenüber dem Vorjahr leicht ausgebaut. Erfreulich ist, dass die in den vorherigen Geschäftsberichten stark verknappten Informationen zur Ertragslage in den Geschäftsfeldern nun wieder etwas umfangreicher geraten sind – allerdings nach wie vor auf einem sehr niedrigen Level. Sondereffekten wurde in den Geschäftsberichten 2010 mehr Platz eingeräumt; hierin spiegelt sich neben den Aufwendungen für in der Krise eingeleitete Restrukturierungsmaßnahmen auch wider, dass viele Unternehmen die starke Veränderung einzelner Kennzahlen damit erklären, dass die Vorjahreszahlen durch einmalige Effekte beeinflusst waren.

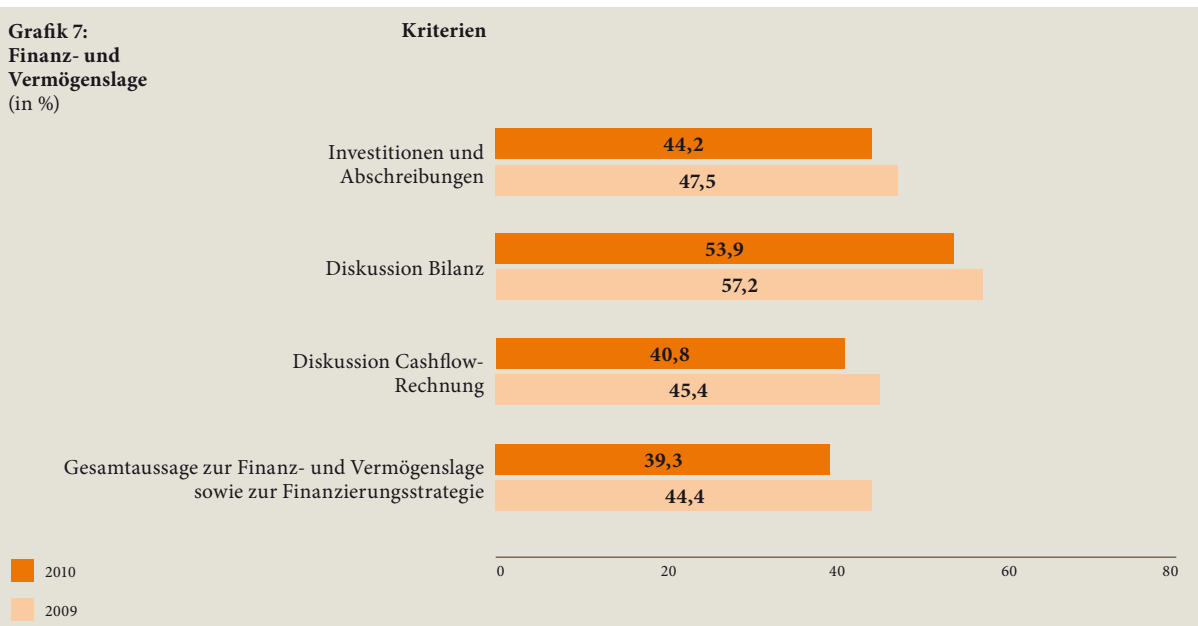
Grafik 6:
Ertragslage
(in %)



4.9. Finanz- und Vermögenslage

Die Aussagen zu diesem Punkt sind insgesamt etwas knapper ausgefallen als in den Geschäftsberichten des Jahres 2009. Möglicherweise war das im Vorjahr zu beobachtende Anliegen, die Solidität der eigenen Finanzierung zu unterstreichen

Grafik 7:
Finanz- und
Vermögenslage
(in %)

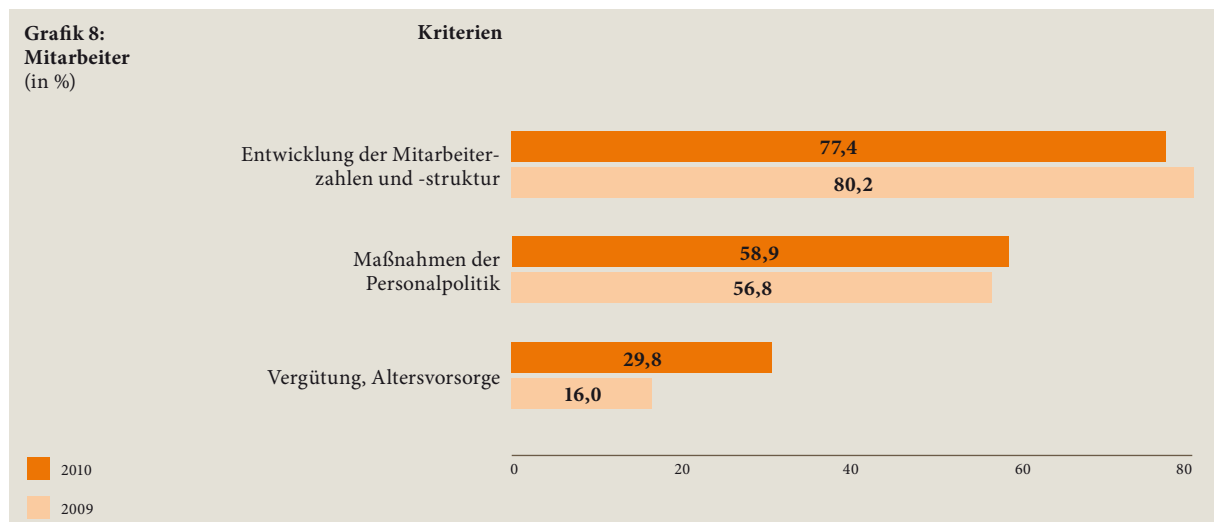


und damit Krisenresistenz zu belegen, bei der Erstellung des Geschäftsberichtes 2010 nicht mehr ganz so dringend. Ähnlich wie bei den Angaben zur Geschäftsentwicklung fällt auch bei der Finanz- und Vermögenslage das durchschnittliche Bewertungsniveau im Hinblick auf eine aggregierte Aussage der Unternehmensführung gegenüber der Benotung der einzelnen Kategorien (z. B. Bilanzdiskussion oder Erläuterung von Investitionen und Abschreibungen) klar ab. Ein Mehr an Einordnung und allgemeiner Erläuterung wäre hier wie dort ein echter Gewinn.

4.10. Mitarbeiter

Dass die Angaben zur Entwicklung der Mitarbeiterzahl und Struktur des Personals geringfügig knapper ausfielen, mag daran liegen, dass die Unternehmen im Geschäftsjahr 2010 weniger Personalanpassungen vornehmen mussten als im Krisenjahr 2009. Die Darstellung zu den Maßnahmen zur Personalpolitik ist dagegen wieder etwas ausführlicher geraten und hat sich im Durchschnitt wieder in Richtung des Niveaus der Geschäftsberichte 2008 bewegt.

Demgegenüber ist die Auskunftsfreude der Familienunternehmen beim Thema Vergütung und Altersvorsorge der Mitarbeiter nach wie vor vergleichsweise gering. Allerdings ist der Zuwachs gegenüber dem Vorjahr bemerkenswert.

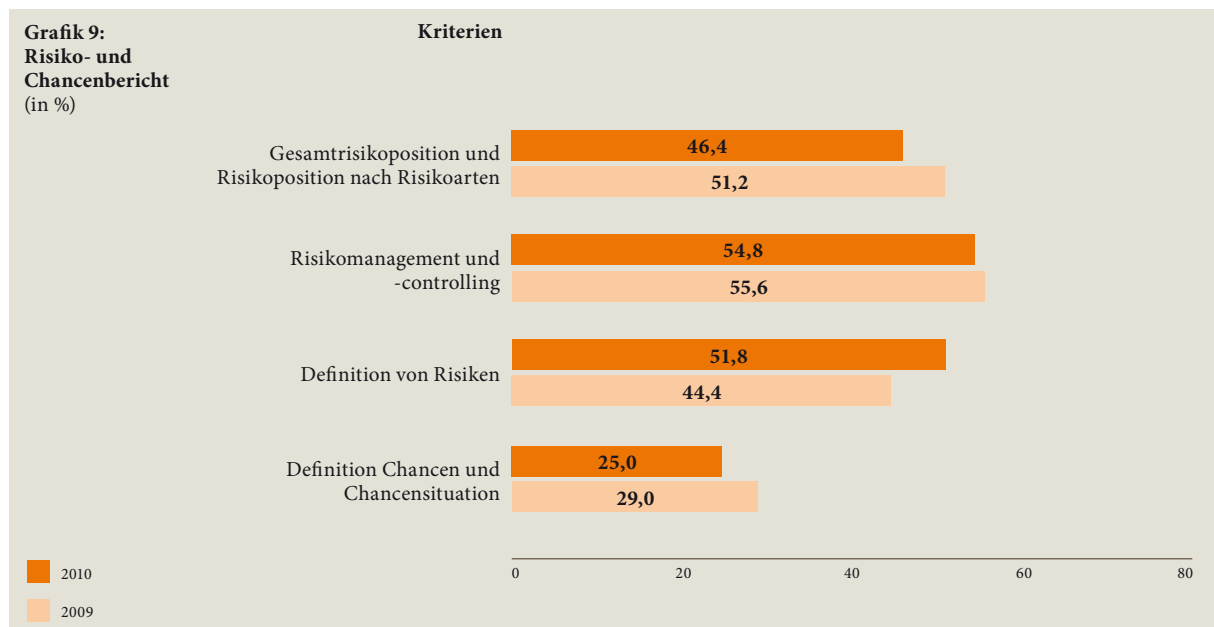


4.11. Risiken, Chancen und Ausblick

In ihren Risikoberichten konnten die Familienunternehmen das im Vorjahr erreichte höhere Transparenzniveau weitgehend halten. Die durchschnittliche Bewertung bei der Beschreibung des Risikomanagement und -controlling liegt bei den Geschäftsberichten 2010 nur geringfügig unter dem des Vorjahres. Wer es einmal geschafft hat, die entsprechenden Prozesse und Systeme grundlegend zu beschreiben, hat es in den Folgejahren sicher leichte, die entsprechenden Angaben

in aktualisierter Form zur Verfügung zu stellen. Bei der Definition der Einzelrisiken haben die Bewertungen im Durchschnitt sogar nochmals angezogen. Die eigenen Chancen sind dagegen nur einer Minderheit der Familienunternehmen eine ausführlichere Würdigung wert.

Die Auskunftsfreudigkeit im Hinblick auf die erwartete künftige Entwicklung von Rahmenbedingungen, Strategie und eigenem Geschäft hat sich gegenüber der Auswertung des Vorjahres bei den Geschäftsberichten 2010 im Schnitt kaum verändert. Wenn es darum geht, die Ertragsperspektiven zu erläutern, scheint vorsichtige Zurückhaltung das Gebot der Stunde für die Geschäftsberichtsschreiber gewesen zu sein: die Durchschnittsbewertung liegt mit 30,4% um annähernd zehn Prozentpunkte unter dem Niveau der Geschäftsberichte des Jahres 2009.



4.12. Vorwort und Imageteil

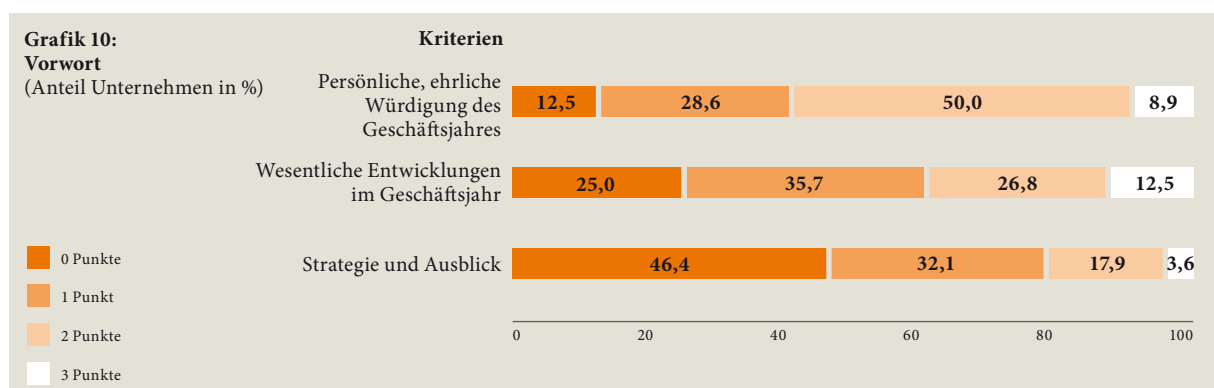
Gerade in Zeiten erhöhter Unsicherheit hinsichtlich der weiteren wirtschaftlichen Entwicklung, wünschen sich Leser von Geschäftsberichten von der Unternehmensführung eine klare Aussage dazu, welche Erwartungen sie hat und wie sie das Unternehmen darauf ausrichtet. Das Vorwort ist hierzu der ideale Platz. Zumindest es sicherlich der Teil des Geschäftsberichts ist, dessen Redaktionsschluss zumindest potenziell am weitesten an den Drucktermin heranrücken könnte.

Leider nutzen die meisten Familienunternehmen diese Chance jedoch nicht. Von wenigen Ausnahmen abgesehen, erreichen die Vorworte des Vorstands weder bei der Würdigung des vergangenen Geschäftsjahres noch bei Strategie und Ausblick Bestnoten. Das durchschnittliche Niveau fällt gegenüber dem Vorjahr nochmals

zurück. Insbesondere die Ausführungen zu Strategie sowie des Ausblicks im Vorwort (Durchschnittswert 26,8 %) halten wir für extrem verbesserungswürdig. Wenn es darum geht, den eigenen Worten eine persönliche Note zu geben, ist bei den meisten Managern der Familienunternehmen ebenfalls noch Luft nach oben.

Beim Blick auf die Imageteile der Geschäftsberichte zeigt sich wie in den Vorjahren ein breites Spektrum. Insbesondere in der Spitzengruppe des diesjährigen private public Awards – aber nicht nur dort – finden sich sehr gut gemachte Imageteile, denen der Betrachter die Liebe zum Detail und die Begeisterung für die eigenen Produkte und Dienstleistungen deutlich anmerkt.

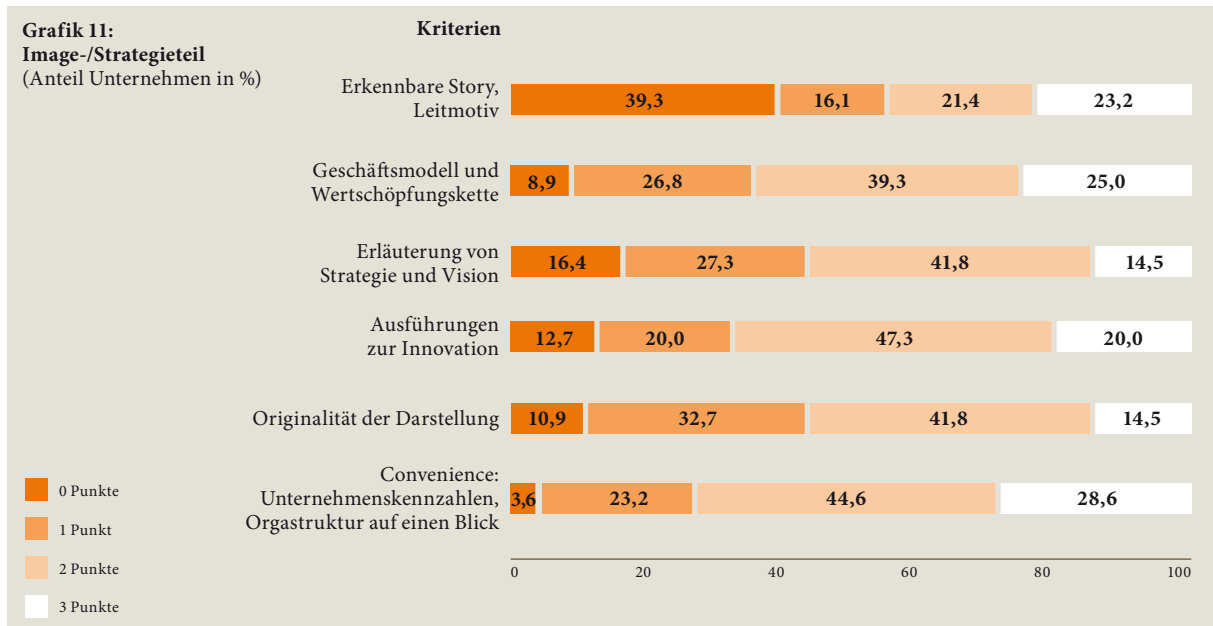
Nach wie vor ist zu beobachten, dass viele Unternehmen die – in unseren Augen sinnvolle – Trennung zwischen Lagebericht und Imageteil nicht einhalten. So finden sich sehr häufig bereits auf den Imageseiten Detailinformationen zur operativen Entwicklung in einzelnen Geschäftsfeldern, obwohl diese Informationen nach unserer Sicht im Lagebericht besser aufgehoben wären.



Die im Imageteil erzählten Geschichten oder die Vorstellung von Produkten und Leistungen unter ein erkennbares Leitmotiv zu stellen, gelingt immer noch (zu) wenigen Familienunternehmen in überzeugender Art und Weise. Immer wieder stießen wir bei der Auswertung auf Geschäftsberichte, die eher einer Produktbroschüre mit angefügtem Zahlenteil glichen.

Bei der „Originalität der Darstellung“ haben die Auswerter darauf geachtet, ob der Geschäftsbericht den Leser überrascht, zum Beispiel mit einer Betrachtung aus ungewohnter Perspektive, interessanten Layout-Ideen oder Ansätzen zur Darstellung von Entwicklungen, die sich so nicht in allen Geschäftsberichten wiederfinden.

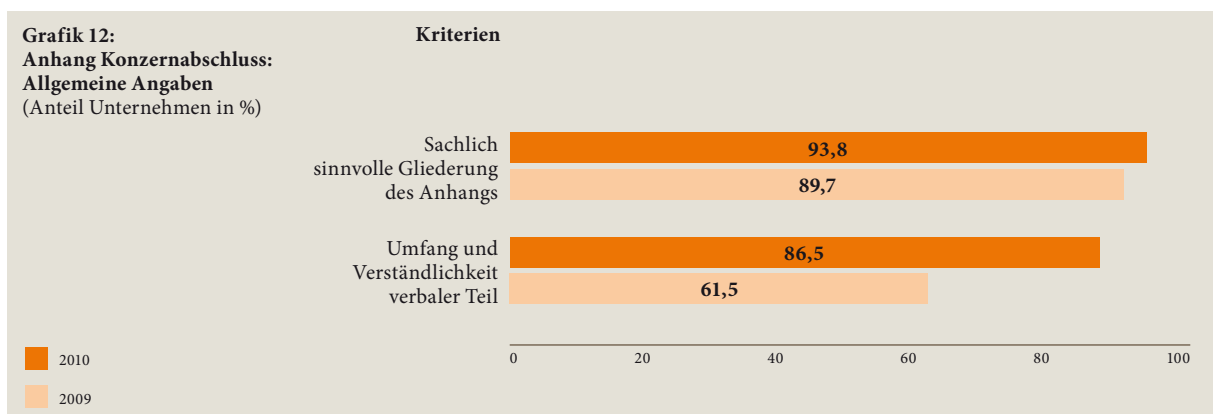
Insgesamt haben die Unternehmen in diesem Punkt gegenüber dem Geschäftsbericht 2009, die wir erstmals entsprechend ausgewertet hatten, nachgelegt. Wenig überraschend ist, dass die Unternehmen, die mit ihrem Geschäftsbericht insgesamt einen der vorderen Plätze in der Rangliste belegen auch beim Thema Originalität in der Tendenz stärker abschneiden. Am anderen Ende der Skala ist an diesem Punkt ebenfalls deutlich zu erkennen, wer den Geschäftsbericht ausschließlich als zu leistende Pflichtaufgabe ansieht.



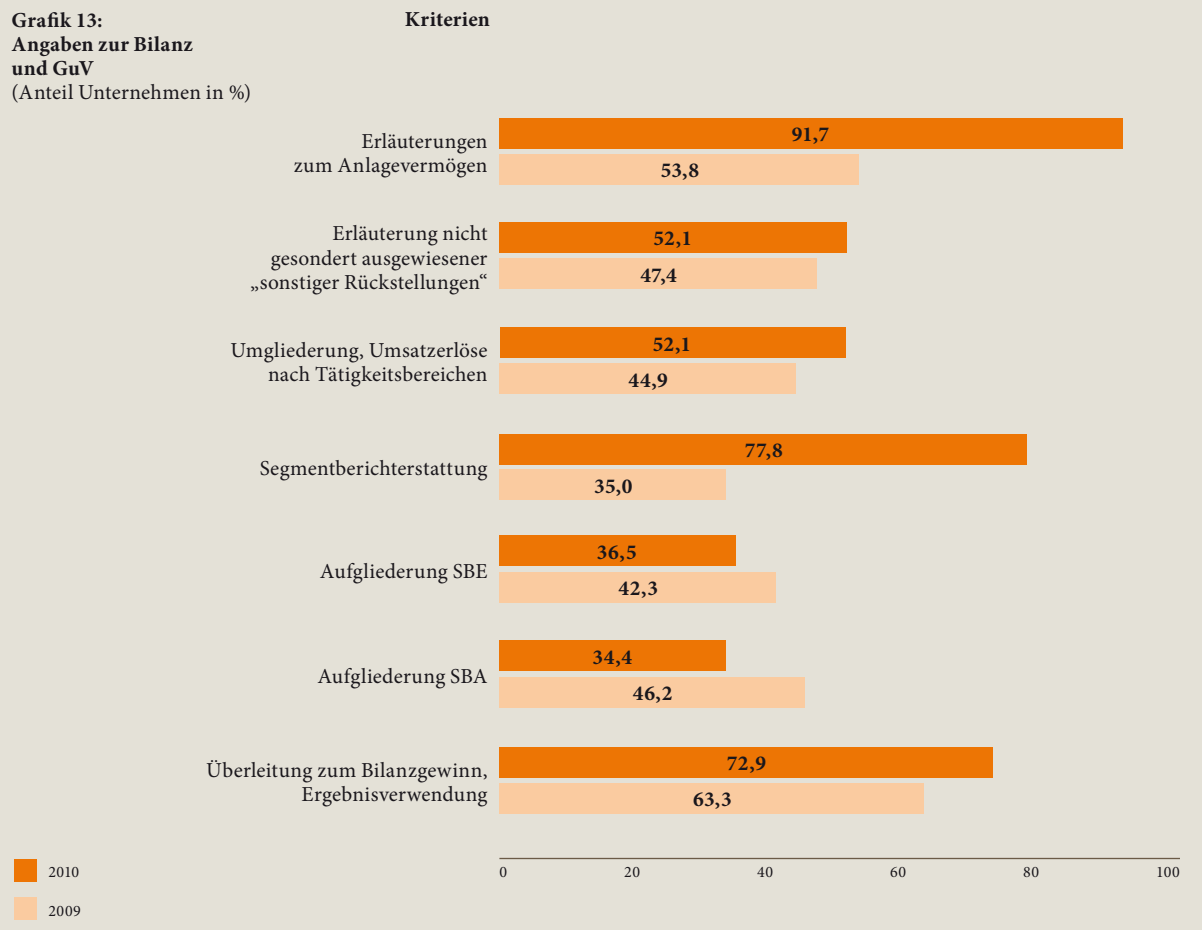
4.13. Konzernabschluss

Von den 56 in die Auswertung des diesjährigen private public Awards einbezogenen Geschäftsberichten enthielten 32 Werke einen vollständigen Konzernabschluss. Die übrigen 24 Berichte beschränken sich auf einen verkürzten Anhang oder sie enthalten lediglich die Abschlusstabellen ohne weitere Erläuterung. Darüber erstellen manche Unternehmen zwar ein separates Dokument mit ausführlichem Abschluss samt Anhang, das aber der allgemeinen Öffentlichkeit nicht immer zugänglich ist.

Die 32 Unternehmen, die einen vollständigen Konzernabschluss erstellt haben, erreichten damit eine Durchschnittsbewertung von 70,6%.

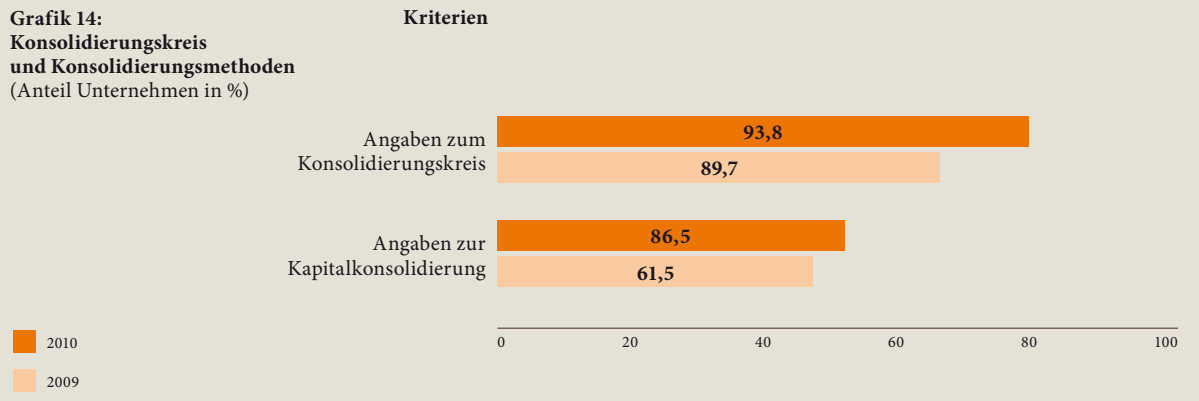


Grafik 13:
Angaben zur Bilanz
und GuV
 (Anteil Unternehmen in %)



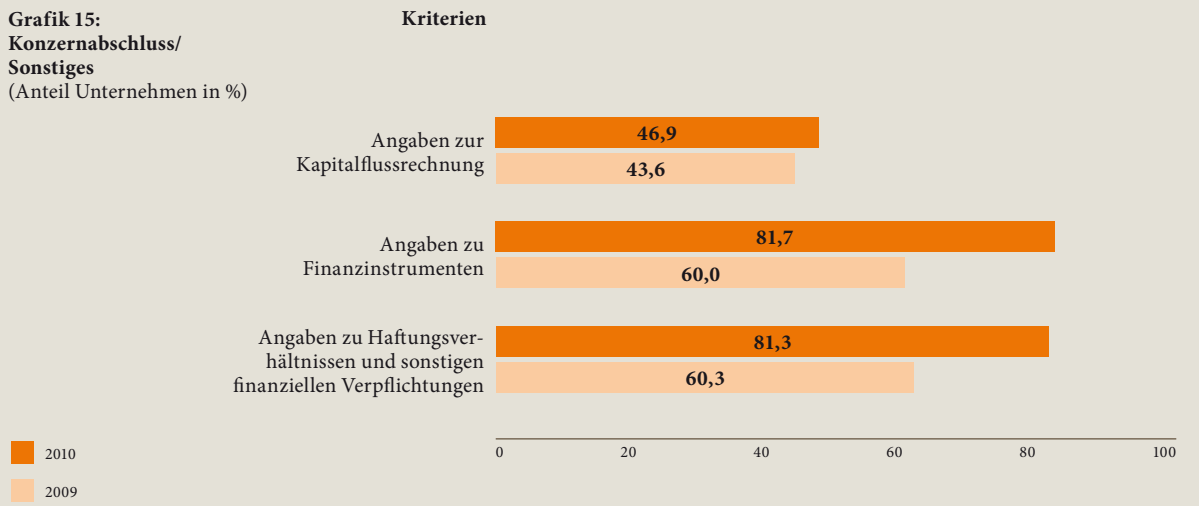
Im ersten Schritt nahmen die Experten von *PKF Fasselt Schlage* die allgemeinen Angaben zum Konzernabschluss unter die Lupe. Hier erzielten die Unternehmen sowohl für die sachliche Gliederung des Anhangs als auch für Umfang und Verständlichkeit der Ausführungen zu den Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden mit durchschnittlich 93,8 % beziehungsweise 86,5 % hohe Bewertungen. Fast zwei Drittel der Unternehmen mit einem vollständigen Abschluss erreichten hier mit ihrem Geschäftsbericht die Bestnote.

Grafik 14:
Konsolidierungskreis
und Konsolidierungsmethoden
 (Anteil Unternehmen in %)



Bei den Erläuterungen zur Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung haben die Unternehmen kräftig nachgelegt: Vor allem die Angaben zum Anlagevermögen sowie die Segmentberichterstattung erhielten von den Auswertern von PKF Fasselt Schläge hohe Bewertungen, der Durchschnitt für den Geschäftsbericht 2010 lag in beiden Kategorien deutlich über dem Vergleichswert der Vorjahresauswertung. Die Verbesserung bei der Segmentberichterstattung ist besonders erfreulich, lag hier doch bei den Geschäftsberichten 2009 einer der Schwachpunkte.

Grafik 15:
Konzernabschluss/
Sonstiges
 (Anteil Unternehmen in %)



5. Struktur, Text und Gestaltung

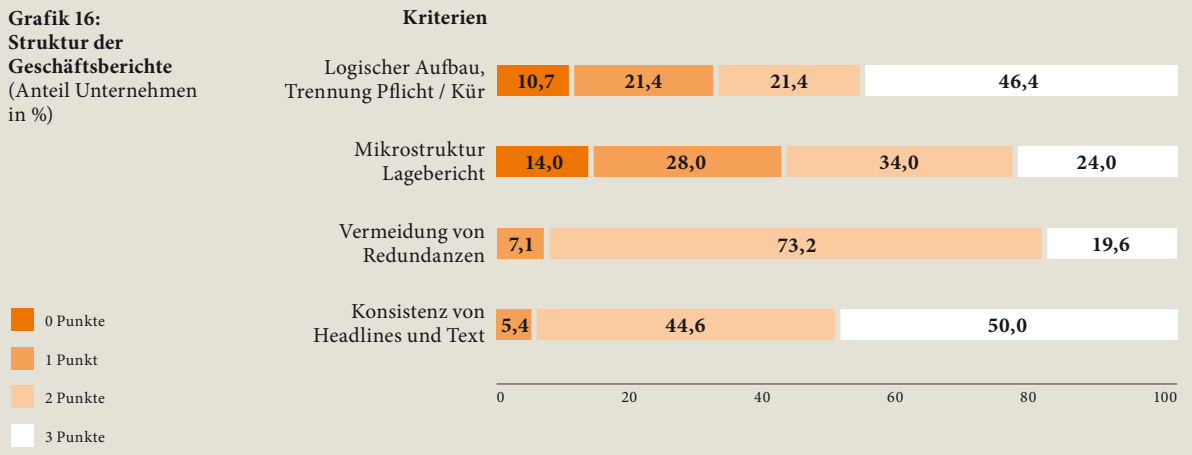
5.1. Struktur

Bei der Bewertung der Struktur haben wir zunächst darauf geachtet, ob die Informationen angemessen auf Lagebericht, Imageteil und eventuellen Zusatzbestandteilen verteilt sind. Hier hat sich das Gesamtbild aus unserer Sicht in eine erfreuliche Richtung entwickelt. Für 26 Geschäftsberichte (46,4 % aller Berichte) konnte für wir für diesen Punkt die Bestnote vergeben. Mit 67,9 % liegt auch das durchschnittliche Bewertungsniveau vergleichsweise hoch und deutlich über dem Vorjahr.

Trotz der guten Bewertung für die Struktur ist es den Unternehmen beim Geschäftsbericht 2010 im Durchschnitt etwas weniger gut gelungen, Redundanzen, also Wiederholungen derselben Information an mehreren Stellen – zu vermeiden. Mit 70,8 % (gegenüber 79,0 % für den Geschäftsbericht 2009) ist durchschnittliche Bewertung in dieser Kategorie aber immer noch recht hoch.

Weiterhin unerfreulich ist die Verlagerung von Elementen, die in den Lagebericht gehören, in den Kürteil. Dies betrifft insbesondere detaillierte Aussagen zum Geschäftsverlauf, die dann im Lagebericht vermisst werden.

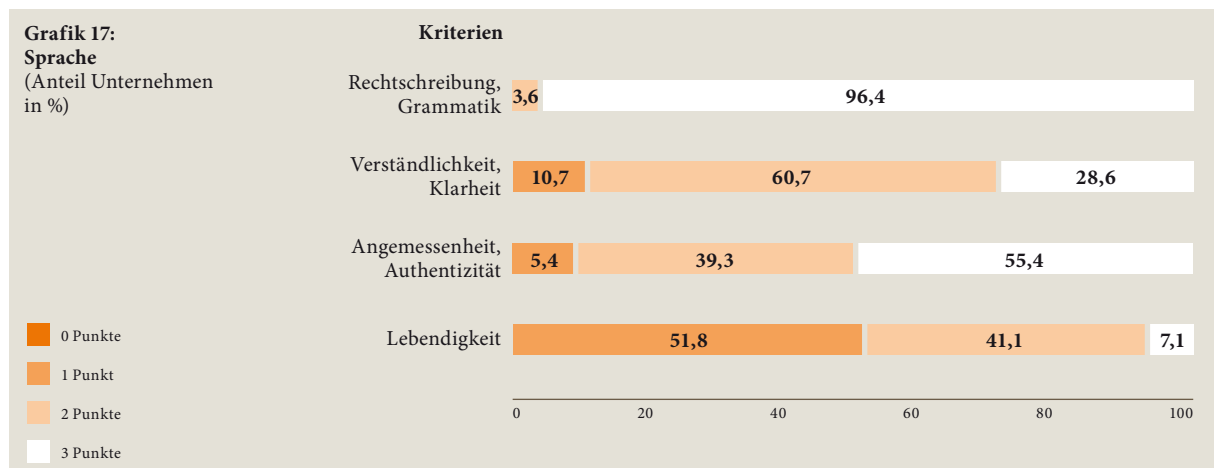
Grafik 16:
Struktur der
Geschäftsberichte
(Anteil Unternehmen
in %)



5.2. Sprache

Die sprachliche Qualität der Geschäftsberichte der Familienunternehmen ist gut. Die „Pflichtübung“ einer fehlerfreien Rechtschreibung und Grammatik meistern nahezu alle Redaktionsteams mit Bravour – lediglich zwei der Geschäftsberichte haben hier nicht die volle Punktzahl erhalten. Die Bewertung der Verständlichkeit bzw. Klarheit der Sprache fällt demgegenüber etwas gemischter aus, in der Gesamtschau mit einem Durchschnittswert von 72,6 % aber immer noch gut. Bei der Bewertung der Lebendigkeit der Sprache vergaben wir seltener die Bestnote; der durchschnittliche Wert liegt mit 51,8 % entsprechend niedriger. Mit B.BRAUN HANIEL konnten die im Gesamtranking erstplatzierten Unternehmen mit ihrem

Geschäftsbericht des Jahres 2010 bei der sprachlichen Qualität die bestmögliche Bewertung einheimen. Dazu gesellt sich mit TRUMPF ein weiteres Unternehmen mit 100%iger Ausbeute in dieser Kategorie.



5.3. Gestaltung

Beim Blick auf die Gestaltung der Geschäftsberichte hat sich der bereits im Vorjahr entstandene Eindruck einer Zweiklassengesellschaft weiter verstärkt. Die Schere zwischen den aus grafischer Sicht äußerst gelungenen Berichten und Dokumenten, die allenfalls gestalterisches Mittelmaß – und allzu oft leider nicht einmal das – ist bei den Berichten des Jahres 2010 noch weiter auseinandergegangen.

Die Berichte der Spitzengruppe, insbesondere jene von HERAEUS, HANIEL und B.BRAUN überzeugten durch professionelle Gestaltung, gelungene Typografie, klares Bildkonzept, exzellenten Druck und eine hochwertige Verarbeitung. Den Sonderpreis für die beste Gestaltung erhielt HERAEUS. Der Bericht erhielt in der Bewertung der Grafik 91,7 % der möglichen Punkte.

Die genannten drei Berichte können auch mit ihrer Dramaturgie und gestalterischen Systematik überzeugen, zudem haben in dieser Kategorie die Werke von BURA, HERRENKNECHT, VORWERK und WILO sehr gut abgeschnitten.

Mit der Bildsprache und dem richtigen Einsatz von Farben tun sich viele Familienunternehmen schwer. Der Punkt Bild/Illustration ist mit einem Durchschnitt von 44,6 % innerhalb der Kategorie Gestaltung der Einzelwert mit schwächster Bewertung.

Insgesamt ist die Durchschnittsbewertung der grafischen Qualität mit 49,7 % durchwachsen ausgefallen.

5.4. Webseite

Soll ein Geschäftsbericht Transparenz herstellen, dann gehört dazu neben einer angemessenen inhaltlichen, sprachlichen und gestalterischen Qualität auch, dass der Bericht von allen Interessenten ohne große Mühe und Zuhilfenahme detektivischer Fähigkeiten zu finden ist. Im Rahmen des private public Awards untersuchen wir daher auch die Präsentation des Geschäftsberichts auf der Website des Unternehmens und – in diesem Jahr zum zweiten Mal – die Einbindung des Berichts in die übrige öffentliche Kommunikation des Unternehmens.

Der weitaus größte Teil der Unternehmen, deren Geschäftsbericht in die diesjährige Bewertung eingegangen ist, beschränkt sich darauf, das Dokument im Netz als PDF-Datei zum Download anzubieten. Einen eigenständigen Online-Geschäftsbericht geben nur wenige Unternehmen heraus.

Grundsätzlich sind die Geschäftsberichte auf den Websites der Unternehmen leicht zu finden, das gilt im wachsenden Maß auch für Exemplare aus dem Vorjahr. Der Download könnte vielfach komfortabler sein. Wenn es darum geht, dass der Geschäftsbericht zusammen mit den übrigen Informationsangeboten des Unternehmens ein konsistentes Bild ergibt, besteht noch ein gewisses Verbesserungspotenzial.

Das PDF des Geschäftsberichts ist in der Regel leicht zu finden und bequem herunterzuladen. Der Downloadkomfort hat sich signifikant von 52,5 % auf 78,6 % verbessert.

6. Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor

Nachhaltiges Handeln hilft nicht nur dem Image. Es hat auch handfeste finanzielle Vorteile.

Ein Beitrag von Roland Berger Strategy Consultants – CC Corporate Finance

Nachhaltigkeit ist für Investoren zunehmend ein ernsthaftes Entscheidungskriterium. Das wissen auch die Unternehmen: „Wenn ein Unternehmen nachhaltig wirtschaftet und dies richtig am Kapitalmarkt kommuniziert, dann beeinflusst dies den Shareholder Value positiv“, sagte ein Automobilhersteller bei einer Umfrage des Deutschen Aktieninstituts (DAI) und gehörte damit zur großen Mehrheit von über 80 % der befragten Unternehmen, die das genauso sahen. Was genau nachhaltiges Wirtschaften beinhaltet, ist jedoch nicht eindeutig definiert und so deckt der Begriff Nachhaltigkeit ein sehr breites Themenspektrum ab.

Die Ursprünge des Begriffs gehen auf das 18. Jahrhundert zurück. In seiner Abhandlung aus dem Jahr 1713 stellte Carl von Carlowitz fest, dass ökonomisches Handeln in der Forstwirtschaft mit der Natur in Einklang stehen müsse: Bäume dürften jedes Jahr nur in dem Umfang gefällt werden, wie sie auch nachwachsen. Während diese Art zu denken und zu handeln in der Forstwirtschaft bis heute Bestand hat, wurde dies in der Industrie lange Zeit weitgehend vernachlässigt.

Die heute geläufigste Definition des Nachhaltigkeitsbegriffs stammt von der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung. Im 1987 veröffentlichten Abschlussbericht definiert sie nachhaltige Entwicklung als eine Entwicklung, „die den Bedürfnissen der heutigen Generation entspricht, ohne die Möglichkeiten zukünftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen und ihren Lebensstil zu wählen.“ Auf der Konferenz für Umwelt und Entwicklung der Vereinten Nationen im Jahr 1992 beschlossen 172 Staaten die Agenda 21 als umweltpolitisches Aktionsprogramm zur nachhaltigen Entwicklung. Bis heute gewinnt die Nachhaltigkeitsthematik in der Öffentlichkeit weiter an Bedeutung.

Die zentrale Gemeinsamkeit aller existierenden Definitionen ist die langfristige Orientierung, die nicht nur die aktuelle Situation sondern auch die Lebensumstände künftiger Generationen einbezieht. Weiter gefasst als die ursprüngliche, auf Umweltaspekte fokussierte Definition aus der Forstwirtschaft, beinhaltet der heute geläufige Nachhaltigkeitsbegriff drei Dimensionen. Um nachhaltig zu handeln müssen Unternehmen neben ökonomischen auch ökologische und gesellschaftliche Aspekte beachten.

„Vielmehr sieht man unternehmerische Tätigkeiten und Produkte verstärkt in einem Gesamtzusammenhang, in dem die Schaffung ökonomischer Werte danach beurteilt wird, ob sie dauerhaft und zugleich mit dem ökologischen und sozialen Gefüge vereinbar sind.“ (Dr. August Oetker)

„Umweltschutz, wirtschaftliche Leistungsfähigkeit und soziale Verantwortung sind so zusammen zu führen, dass Entscheidungen unter allen drei Gesichtspunkten dauerhaft tragfähig sind – in globaler Betrachtung. Die Erhaltung der Tragfähigkeit der Erde bildet die absolute äußere Grenze.“ (Deutsche Bundesregierung)

Ähnlich wie bei der Definition des Nachhaltigkeitsbegriffs gibt es auch in Bezug auf die Ausgestaltung des Nachhaltigkeitsberichts eine Vielzahl an Varianten. Die gebräuchlichsten Leitsätze zum Aufbau und Inhalt eines Nachhaltigkeitsberichtes kommen von der der Global Reporting Initiative (GRI). In Anlehnung an diese Leitlinien wurden die Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichte im Rahmen des private public Awards auf folgende Kriterien hin beurteilt:

- Definition der Nachhaltigkeitsziele und Maßnahmen
- Verhalten gegenüber und Beachtung der Interessen der eigenen Mitarbeiter (wie etwa Arbeitszeitregelungen und Aus- und Weiterbildung)
- Ökologische Aspekte in der Produktion (wie etwa Energiemanagement, Kontrolle von Emissionen und Abfallmanagement)
- Soziale und ökologische Aspekte der Produktentwicklung und ökologische Verträglichkeit der Produkte
- Soziale und ökologische Verantwortung entlang der Lieferkette
- Regionale Verantwortung gegenüber dem gesellschaftlichen Umfeld

6.1. Anreiz der Unternehmen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung

Das europäische Managementmodell zeichnet sich durch die Fokussierung auf langfristige Unternehmensziele aus. Im sogenannten Stakeholder Value Ansatz soll eine gute Unternehmensführung die Interessen verschiedener Anspruchsgruppen des Unternehmens berücksichtigen. Als Gegenstück zu diesem Modell wird der heute weit verbreitete angelsächsisch geprägte Shareholder Value Ansatz gesehen. Dieser ist gekennzeichnet durch eine kurzfristige Zielorientierung, die Fokussierung auf die Interessen der Eigenkapitalgeber und eine klare Kapitalmarktorientierung.

Nachhaltigkeit ist somit eher in Unternehmen zu vermuten, die den Stakeholder Value Ansatz verfolgen. Wenn ein finanzieller Erfolg erzielt werden kann, sind jedoch auch Unternehmen mit Shareholder-Orientierung zu nachhaltigem Handeln und der entsprechenden Berichterstattung zu bewegen. Mögliche Anreize sind hierbei die Senkung der Kapitalkosten, die Antizipation von Risiken und die Festigung des Markenimages.

Im Kontext der klassischen neo-institutionalistischen Wirtschaftstheorien (Principal Agent Theorie, Transaktionskostentheorie, Property Rights Theorie) bestehen am Markt Informationsungleichgewichte zwischen verschiedenen Parteien. Da die Kapitalgeber der Unternehmen weniger Informationen besitzen als das Management und somit unsicher über ihre finanziellen Rückflüssen sind, verlangen sie eine Risikoprämie. Generell fassen die genannten Theorien die

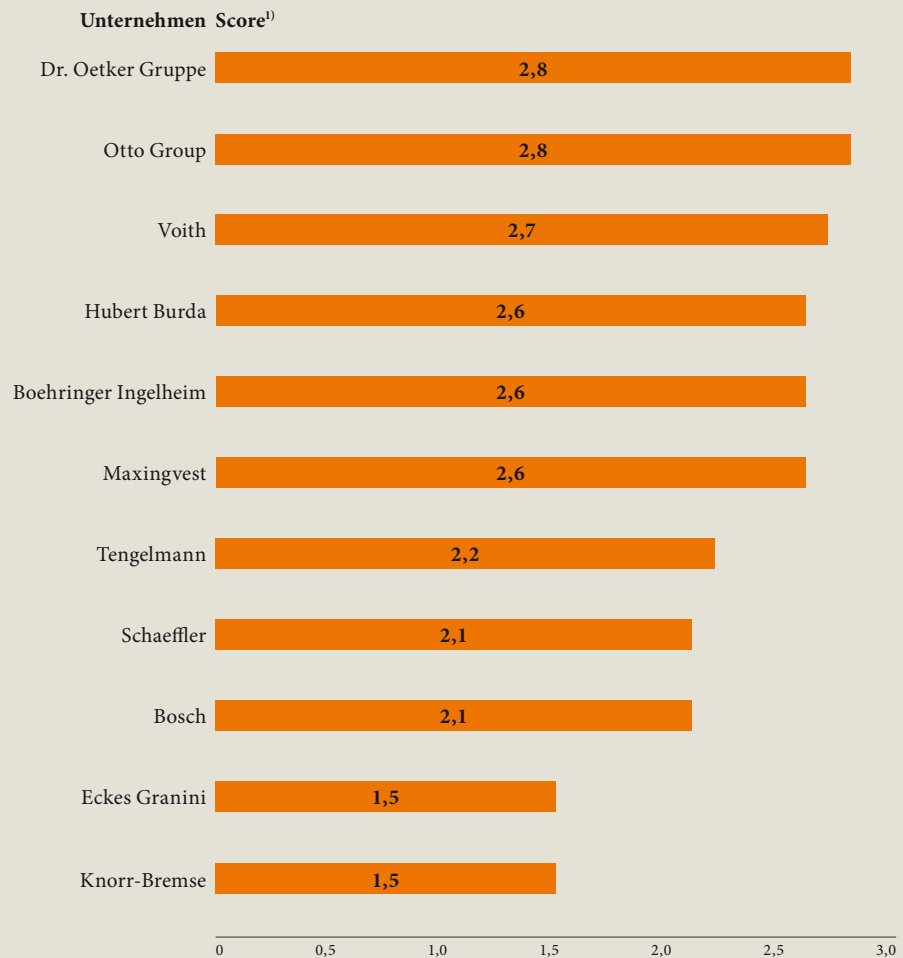
Berichterstattung (Rechnungslegung) als eine Institution auf, die es den Unternehmen ermöglicht, bestehende Informationsungleichgewichte zu reduzieren. In empirischen Studien konnte auf Basis der Umstellung von der HGB-, zur transparenteren IFRS Rechnungslegung in Deutschland gezeigt werden, dass eine umfangreichere Veröffentlichung von Informationen tatsächlich zu einer Reduktion der Kapitalkosten führt. Dies könnte auch für die Nachhaltigkeitsberichterstattung gelten. Ein derartiger Zusammenhang besteht dann, wenn die Kapitalgeber Nachhaltigkeitsinformationen als entscheidungsrelevant ansehen. In empirischen Untersuchungen konnte nachgewiesen werden, dass die Aufnahme eines (börsennotierten) Unternehmens in einen Nachhaltigkeitsindex zu signifikant höheren Aktienkursen führt. Nachhaltige Unternehmensführung führt somit zu direkten finanziellen Erfolgen.

Grafik 18:
Bereich Nachhaltigkeit

Kommentare:

Insgesamt wurden die Geschäftsberichte von 47 Unternehmen sowie die Nachhaltigkeitsberichte von 22 Unternehmen auf ihren Inhalt zum Thema Nachhaltigkeitsberichterstattung evaluiert. Die folgenden Aspekte wurden dabei näher untersucht (Gewichtung in %)

- Ziele und Programm (10%)
- Interessen der Mitarbeiter (20%)
- Ökologische Aspekte der Produktion (25%)
- Produktverantwortung (10%)
- Verantwortung in der Lieferkette (10%)
- Gesellschaftliches Umfeld (25%)



¹⁾ Scoring basierend auf 0–3, mit 3 als Höchstwert

Quelle: Geschäftsberichte, Nachhaltigkeitsberichte, Roland Berger

Verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln, welches die Bedürfnisse von Umwelt und Gesellschaft berücksichtigt, wird zunehmend von Kunden und Mitarbeitern gefordert und ist somit von großer Bedeutung für die Wettbewerbs-

fähigkeit. Die sichtbare Auseinandersetzung mit Nachhaltigkeitsthemen trägt dazu bei, ein Marken- und Produktimage zu formen - und hat damit auch indirekt Einfluss auf den Aktienkurs und den finanziellen Erfolg.

Diese Anreize sind vor allem für solche Unternehmen relevant, die in der Öffentlichkeit stehen und sich mit vielen verschiedenen Interessengruppen befassen müssen. Das sind vor allem Großunternehmen. Untersuchungen haben gezeigt, dass DAX-Unternehmen viel häufiger über ihre Leistungen im Bereich der Nachhaltigkeit berichten als Unternehmen aus MDAX und TecDAX. Insgesamt ist die Anzahl der Unternehmen, die einen (separaten) Nachhaltigkeitsbericht in Anlehnung an die GRI Leitlinien veröffentlichen, in den letzten Jahren signifikant angestiegen.

6.2. Ergebnisse unserer Analyse

Generell lassen sich zwei Formen der Nachhaltigkeitsberichterstattung unterscheiden: Während einige Unternehmen ihre Nachhaltigkeitsstrategie im Geschäftsbericht (Lagebericht) darstellen, veröffentlichen andere Unternehmen eigenständige Nachhaltigkeitsberichte. Dieses Modell wählen vor allem Großunternehmen, wie auch aus unserer Studie deutlich hervorgeht. Separate Nachhaltigkeitsberichte sind im Vergleich zur integrierten Darstellung deutlich detaillierter und decken mehr Nachhaltigkeitskategorien ab.

Unsere Analyse hat gezeigt, dass die Bereiche Produktverantwortung, „Ökologische Aspekte der Produktion“ sowie Interessen der Mitarbeiter sehr viel häufiger kommentiert werden als die Kategorien „Gesellschaftliches Umfeld“, Verantwortung in der Lieferkette und die Darstellung von Zielen und Programmen. Nachhaltigkeitsberichterstattung ist i.d.R. qualitativ, konkrete Zahlen können die Unternehmen nur selten vorweisen.

Bei der Bewertung der Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichte wurden die Kategorien „Ökologische Aspekte der Produktion“ und „Gesellschaftliches Umfeld“ mit jeweils 25 % und der Bereich „Interessen der Mitarbeiter“ mit 20 % gewichtet. Alle anderen Kategorien wurden jeweils mit einem Gewichtungsfaktor von 10 % berücksichtigt.

Insgesamt erzielte die Dr. Oetker Gruppe mit ihrer Berichterstattung in fünf von sechs Kategorien die Bestnote und setzte sich knapp gegenüber der Otto Group durch. Hervorzuheben sind dabei insbesondere:

- Der hohe Konkretisierungsgrad der angestrebten Ziele und die kritische Auseinandersetzung mit der Zielerreichung
- Die schlüssige Argumentation und nachvollziehbare Ableitung aus der Firmenkultur
- Die umfassende Aufbereitung aller genannten Kriterien in einer gut lesbaren Form

7.

private public Award – die Sieger

7.1. Die Jury und ihr Votum

Die Jury zeichnet mit dem private public Award die besten Geschäftsberichte nicht börsennotierter deutscher Familien- und Stiftungsunternehmen aus. Die Trophäen – sie verdeutlichen den Aspekt „Wertschätzung durch Transparenz“ – werden für die ersten drei Plätze in der Gesamtbewertung und ferner als Sonderpreise für den besten Nachhaltigkeitsbericht und die beste Gestaltung überreicht.

Das Expertengremium hat sein Urteil anhand zentraler Fragen wie der Zielgruppenansprache, der Qualität der Finanzinformationen oder dem grafischen Gesamteindruck gefällt. Die der Jury vorgelegten Favoriten hatten ERGO KOMMUNIKATION, PKF FASSELL SCHLAGE (Konzernabschluss) und Klaus Bietz (Gestaltung) zuvor anhand eines detaillierten Kriterienkatalogs aus der Gesamtgruppe von 56 Familien- und Stiftungsunternehmen ermittelt.

Das Gremium setzt sich wie folgt zusammen:



Dr. Martin Fasselt ist Partner der Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft PKF FASSELL SCHLAGE. Sein Tätigkeitsschwerpunkt ist die Prüfung sowie die gesellschaftsrechtliche und steuerliche Beratung von mittelständischen Familienunternehmen sowie die Prüfung und Beratung von Non-Profit-Gesellschaften. Der ausgebildete Bankkaufmann studierte Rechtswissenschaften in Freiburg und Dijon und promovierte an der FU Berlin im Stiftungsrecht. Nach seiner Tätigkeit bei der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Coopers & Lybrand (heute PwC) wechselte er zu PKF FASSELL SCHLAGE.



Dr. Lutz Raettig ist Aufsichtsratsvorsitzender der Morgan Stanley Bank AG in Frankfurt. Er ist zudem Mitglied des Vorstands des Bundesverbands deutscher Banken (BdB), Vorsitzender des Börsenrats der FWB Frankfurter Wertpapierbörse und Mitglied des Beraterkreises der Fraport AG. Zudem ist Raettig Mitglied des Frankfurter Magistrats. Raettig war vor seinem Wechsel in das Kontrollgremium der Morgan Stanley Bank AG viele Jahre deren Vorstandsvorsitzender. Zuvor war er bei der Commerzbank, der Orion Banking Group und der WestLB im In- und Ausland tätig.



Dr. Rainer Bizenberger ist seit 2002 für Roland Berger Strategy Consultants in Berlin / Frankfurt tätig. Er berät Groß- und mittelständische Unternehmen, Banken und Private-Equity-Gesellschaften in Fragen des Value / Portfolio Managements sowie bei Transformations- / Performance-Programmen, u. a. im Kontext von M&A-Transaktionen.



Dr. rer. pol. Katrin Stefan ist Professorin für Innovations- und Gründungsmanagement an der betriebswirtschaftlichen Fakultät der Hochschule Kempten. Zuvor leitete sie den Aufbau des Friedrichshafener Instituts für Familienunternehmen, das im Mai 2009 an der Zeppelin Universität gegründet wurde. Stefan studierte Volkswirtschaftslehre an der Universität Bonn, war wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Mittelstandsforschung Bonn und promovierte an der Universität Kassel im Bereich Entrepreneurship Education.



Klaus Bietz ist Designer und Art-Director. Die Arbeiten des Mitglieds des Type Directors Club of New York sind mehrfach prämiert und in internationalen Design-Publikationen veröffentlicht worden. Nach dem Kommunikationsdesign-Studium an der FH Wiesbaden arbeitete er als Designer bei Olaf Leu Design & Partner und leitete dann als geschäftsführender Gesellschafter die Agentur HWL & Partner Design GmbH in Frankfurt, die später in Neufrankfurt Corporate Design GmbH umfirmierte. Hier betreute Klaus Bietz u. a. BOEHRINGER INGELHEIM, Deutsche Bahn, Deutsche Bank, Fraport und die Helaba.



Andreas Martin ist Partner und Mitglied der Geschäftsführung von ERGO KOMMUNIKATION. Seine Spezialgebiete bei der Kommunikationsberatung sind Kapitalmarktkommunikation / Investor Relations sowie Transaktionsbegleitung und interne Kommunikation. Der ausgebildete Industriekaufmann studierte Volkswirtschaft an der Universität Köln und besuchte gleichzeitig die Kölner Journalistenschule. Martin war zunächst Leiter Externe Kommunikation und Pressesprecher der mg technologies und leitete danach den Bereich Aktienmarketing bei Charles Barker.

7.2. Gesamtbewertung

1. Platz: B. Braun Melsungen AG



Insbesondere die transparente Darstellung und die gegenüber dem Vorjahr deutlich verbesserte Gestaltung überzeugten in diesem Jahr die Juroren und brachten B. BRAUN MELSUNGEN verdient den ersten Platz. Mit 84,8 % erreichte der Medizin-Spezialist die Höchstnote und punktete vor allem mit einer schlüssigen Darstellung der Unternehmensstruktur und -strategie, einer ebenso transparenten wie ausgewogenen Risiko- und Chancenanalyse sowie der persönlichen und überzeugenden Zielgruppenansprache. Unter dem Motto „Wissen teilen, Werte schaffen“ transportiert B. BRAUN seine Botschaften klar und authentisch, bietet eine klar strukturierte Story mit Blick auf das Wesentliche.

2. Platz: Franz Haniel & Cie. GmbH



Als Vorjahressieger gehört der Geschäftsbericht des Duisburger Handels- und Dienstleistungskonzern auch in diesem Jahr zum Spitzentrio. HANIEL konnte sich sogar gegenüber 2010 um 4,4 Prozentpunkte verbessern und platziert sich mit insgesamt 83,6 % auf dem zweiten Rang. Besonderen Anteil an der guten Bewertung hat wie im Vorjahr die plakative Aufbereitung der Imagestrecke. Die grafische Gestaltung sowie die Story zeichneten sich durch ein schlüssiges Konzept aus, welches die Juroren überzeugte. Das Leitthema „Enkelfähigkeit“ mit seinem zukunftsorientierten Ansatz wird durchgängig und in allen Facetten ausführlich aufgegriffen. Darüber hinaus würdigten die Juroren die umfassende und transparente Berichterstattung im Finanzbericht inklusive einer ausführlichen Darstellung aller Unternehmensbereiche.

3. Platz: Otto Group



Mit insgesamt 76,8 % belegt die OTTO GROUP auch in diesem Jahr den dritten Platz in der Gesamtbewertung und konnte sich damit noch mal um 3,5 Prozentpunkte verbessern. Der professionelle Konzernlagebericht und die damit verbundene ausführliche Darstellung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage waren auch in diesem Jahr wieder ausschlaggebend für die gute Platzierung der OTTO GROUP. Die lebendige, sehr authentische Ansprache der Zielgruppe und das klare Konzept der Imagestrecke überzeugten die Jury und sicherten Otto erneut einen Spitzenplatz.

7.3. Sonderpreise



Bester Nachhaltigkeitsbericht: Dr. August Oetker KG

Der eigenständige Nachhaltigkeitsbericht der DR. AUGUST OETKER KG zeichnet sich besonders durch seinen hohen Konkretisierungsgrad und die kritische Auseinandersetzung mit der Zielerreichung aus. Alle relevanten Nachhaltigkeitsaspekte werden umfassend behandelt und in einer gut lesbaren, aber dennoch kompakten Form dargestellt. Besonders gut gefiel den Juroren die schlüssige Argumentation aus der bestehenden Firmenkultur heraus.



Beste Gestaltung: Heraeus Holding GmbH

Bereits im Vorjahr konnte der Bericht des Metall- und Rohstoffkonzerns HERAEUS die Jury in Punkto Gestaltung überzeugen. In diesem Jahr rückte die Konkurrenz zwar näher auf, HERAEUS konnte sich aber durch das durchgängig professionelle Niveau an der Spitze halten. Der Geschäftsbericht zeichnet sich durch seine in sich schlüssige Gestaltung, die gelungene Typografie, ein klares Bildkonzept, den exzellenten Druck und eine hochwertige Weiterverarbeitung aus. Eine makellose Leistung, die wieder mit dem Sonderpreis für Gestaltung belohnt wurde.

8. Tabellarischer Anhang

Ausgewertete Geschäfts- und Jahresberichte

- A** | Adolf Würth GmbH & Co. KG
ANDREAS STIHL AG & CO. KG
ARAG Allgemeine Rechtsschutz-Versicherungs-AG
- B** | B. Braun Melsungen AG
BANK SCHILLING & CO Aktiengesellschaft
Behr GmbH & Co. KG
Benteler AG
Berenberg Bank, Joh. Berenberg, Gossler & Co. KG
Bertelsmann AG
Boehringer Ingelheim Pharma GmbH & Co. KG
- C** | Carl Zeiss AG
CHG-Meridian Deutsche Computer Leasing AG
CLAAS KGaA mbH
- D** | Deutsche Vermögensberatung Aktiengesellschaft
Diehl Stiftung & Co. KG
Dr. August Oetker KG
- E** | Eckes-Granini Group GmbH
- F** | Franz Haniel & Cie. GmbH
Freudenberg & Co. Kommanditgesellschaft
Fürstlich Castell'sche Bank, Credit-Casse AG
- G** | G. Siempelkamp GmbH & Co. KG
Gauselmann AG
Giesecke & Devrient GmbH
- H** | Hauck & Aufhäuser Privatbankiers KGaA
Hella KGaA Hueck & Co.
HELM AG
Heraeus Holding GmbH
Herrenknecht AG
Hoyer GmbH
Hubert Burda Media Holding Kommanditgesellschaft
- J** | J. Eberspächer GmbH & Co. KG

K	Knorr-Bremse AG Körber AG
L	L. Possehl & Co. mbH Lekkerland AG & Co. KG
M	M.M.Warburg & CO KGaA MAHLE GmbH MANN+HUMMEL GMBH Marquard & Bahls Aktiengesellschaft maxingvest ag Melitta Unternehmensgruppe Bentz KG Merz GmbH & Co. KGaA
O	Otto (GmbH & Co KG)
R	Robert Bosch GmbH
S	Schaeffler AG Schott AG Sick AG SMS group
T	Tengelmann Warenhandelsgesellschaft KG Trumpf GmbH & Co. KG TÜV Süd
V	Voith AG Vorwerk & Co. KG
W	WILO SE
Z	ZEPPELIN GmbH ZF Friedrichshafen AG

Top 20 Gesamtbewertung

Rang	Rang 2009	Firma	Inhalt	Struktur, Sprache, Grafik, Online-Zugang	Gesamtwertung	Juryvotum (bis zu +/- 10 %)	Endergebnis
1.	(4)	B. Braun Melsungen AG	78,0 %	89,6 %	83,8 %	1,0 %	84,8 %
2.	(1)	Franz Haniel & Cie. GmbH	72,1 %	91,0 %	81,6 %	2,0 %	83,6 %
3.	(3)	WILO SE	76,1 %	74,6 %	75,3 %	1,5 %	76,8 %
4.	(2)	Heraeus Holding GmbH	62,8 %	88,8 %	75,8 %	0,5 %	76,3 %
5.	(6)	Bertelsmann AG	81,3 %	70,2 %	75,8 %		75,8 %
6.	(11)	Voith AG	76,6 %	67,1 %	71,9 %	2,0 %	73,9 %
7.	(7)	CLAAS Gruppe	67,8 %	79,8 %	73,8 %		73,8 %
8.	(9)	Adolf Würth GmbH & Co. KG	69,0 %	74,3 %	71,7 %		71,7 %
9.	(5)	Lekkerland AG & Co. KG	71,1 %	68,1 %	69,6 %		69,9 %
10.	(8)	WILO SE	64,7 %	73,3 %	69,0 %		69,0 %
11.	(13)	Merz GmbH & Co. KGaA	64,8 %	72,7 %	68,8 %		68,8 %
12.	(-)	TÜV Süd	68,4 %	68,1 %	68,3 %		68,3 %
13.	(10)	Robert Bosch GmbH	66,6 %	68,2 %	67,4 %		67,4 %
14.	(14)	Giesecke & Devrient GmbH	62,5 %	70,1 %	66,3 %		66,3 %
15.	(-)	Schaeffler	68,9 %	62,1 %	65,5 %		65,5 %
16.	(18)	Boehringer Ingelheim Pharma GmbH & Co. KG	60,6 %	67,5 %	64,1 %		64,1 %
17.	(-)	Vorwerk & Co. KG	47,2 %	80,5 %	63,9 %		63,9 %
18.	(17)	ZF Friedrichshafen AG	58,4 %	67,1 %	62,7 %		62,7 %
19.	(19)	Carl Zeiss AG	55,1 %	68,7 %	61,9 %		61,9 %
20.	(15)	ARAG Allgemeine Rechtsschutz-Versicherungs-AG	48,3 %	74,4 %	61,4 %		61,4 %

Top 10 Nachhaltigkeit

Rang	Firma	Gesamtergebnis Nachhaltigkeit
1.	Oetker Gruppe	91,7 %
2.	Otto Group	91,7 %
3.	Voith	88,3 %
4.	Tengelmann	73,3 %
5.	Schaeffler	71,7 %
6.	Wilo	68,3 %
7.	Schott	63,3 %
8.	Vorwerk	61,7 %
9.	ZF Friedrichshafen	60,0 %
10.	Stihl	56,7 %

Top 10 Gestaltung

Rang	Firma	Gesamtergebnis Gestaltung
1.	Heraeus Holding GmbH	91,7 %
2.	Franz Haniel & Cie. GmbH	88,3 %
3.	B. Braun Melsungen AG	88,1 %
4.	Vorwerk & Co. KG	85,0 %
5.	WILO SE	75,8 %
6.	Merz GmbH & Co. KGaA	73,1 %
7.	CLAAS Gruppe	71,7 %
8.	Herrenknecht	70,6 %
9.	Carl Zeiss AG	68,6 %
10.	Adolf Würth GmbH & Co. KG	67,2 %

Inhalt

A Wertorientierte und nachhaltige Unternehmensführung (25 %)

Kategorie	Gewichtung	Durchschnittliche Bewertung 2009	Durchschnittliche Bewertung 2010
Struktur und Geschäftstätigkeit	10 %		
Unternehmensstruktur, Geschäftsfelder, Standorte		71,60 %	72 %
Wesentliche Produkte und Dienstleistungen		67,9 %	75,60 %
Aussagen zur Marktposition		35,8 %	42,30 %
Unternehmensführung	20 %		
Einhaltung interner Richtlinien			30,1 %
Transparenz der gesellschaftlichen Strukturen und Beteiligungen			54,5 %
Erläuterungen zur Vergütung der Organmitglieder			16,7 %
Strategie und Steuerung	20 %		
Eckpunkte der Konzernstrategie	10 %	49,1 %	55,4 %
Erreichte strategische Meilensteine im Geschäftsjahr	5 %	61,1 %	57,1 %
Aussagen zur Steuerung von Konzern und Geschäftsfeldern	5 %	13,6 %	28,6 %
Nachhaltigkeitsberichterstattung	50 %		
Ziele und Programm	10 %		29,2 %
Interessen der MitarbeiterInnen	20 %		56,5 %
Ökologische Aspekte der Produktion	35 %		57,1 %
Produktverantwortung	10 %		58,3 %
Verantwortung in der Lieferkette	10 %		32,7 %
Gesellschaftliches Umfeld	15 %		35,1 %

B Wirtschaftliche Entwicklung/Lagebericht (35 %)

Kategorie	Gewichtung	Durchschnittliche Bewertung 2009	Durchschnittliche Bewertung 2010
Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	10 %		
Relevantes konjunkturelles Umfeld (z.B. Finanzmarktkrise)		58,6 %	66,7 %
Relevantes Branchenumfeld		69,1 %	72,6 %
Relevantes politisches und regulatorisches Umfeld		29,0 %	28,0 %
Geschäftsentwicklung	15 %		
Gesamtaussage, Geschäftsentwicklung Konzern		50,0 %	63,1 %
Operative Entwicklung in den Geschäftsfeldern (incl. AE, falls anwendbar)		77,4 %	78,6 %
Highlighten einzelner Produkte und Dienstleistungen		60,4 %	69,0 %
Forschung und Entwicklung/ Innovation	15 %		
Wesentliche FuE-Projekte		75,0 %	74,8 %
Entwicklung Patent- und Lizenzsituation (falls anwendbar)		17,1 %	16,3 %
Markteinführung und Performance neuer Produkte		63,4 %	48,9 %
Ertragslage	20 %		
Umsatzvolumen und Struktur (Banken: Erträge)		81,1 %	73,9 %
GuV-Diskussion		52,8 %	55,2 %
Herausarbeiten von außerordentlichen oder Einmaleffekten		32,6 %	40,5 %
Ertragslage in den Geschäftsfeldern		18,2 %	24,8 %
Finanz- und Vermögenslage	15 %		
Gesamtaussage zur FuV Lage, Finanzierungsstrategie		44,4 %	39,3 %
Investitionen und Abschreibungen		47,5 %	44,2 %
Diskussion Bilanz		57,2 %	53,9 %
Cashflow-Rechnung		45,4 %	40,8 %
Mitarbeiter	5 %		
Entwicklung Mitarbeiterzahlen und -struktur		80,2 %	77,4 %
Maßnahmen der Personalpolitik		56,8 %	58,9 %
Vergütung, Altersvorsorge		16,0 %	29,8 %

Kategorie	Gewichtung	Durchschnittliche Bewertung 2009	Durchschnittliche Bewertung 2010
Risiko- und Chancenbericht	10 %		
Beschreibung Risikomanagement und -controlling		55,6 %	54,8 %
Definition von Risiken		44,4 %	51,8 %
Beschreibung der Risikoposition gesamt / nach Risikoarten		51,2 %	46,4 %
Definition Chancen und Beschreibung Chancensituation		29,0 %	25,0 %
Ausblick	10 %		
Aussagen zur künftigen Strategie		52,5 %	47,0 %
Erwartete wirtschaftliche Rahmenbedingungen		52,5 %	51,8 %
Erwarteter Geschäftsverlauf		46,9 %	46,4 %
Erwartete Ertragsentwicklung		39,5 %	30,4 %

C Zusatzbericht (20%)

Kategorie	Gewichtung	Durchschnittliche Bewertung 2009	Durchschnittliche Bewertung 2010
Vorwort	30 %		
Persönliche, ehrliche Würdigung des Geschäftsjahres		54,9 %	51,8 %
Wesentliche Entwicklung im Geschäftsjahr		47,5 %	42,3 %
Strategie und Ausblick		30,9 %	26,8 %
Image- und/oder Strategieteil	60 %		
Erkennbare Story, Leitmotiv		40,1 %	42,9 %
Geschäftsmodell und Wertschöpfungskette		56,6 %	60,1 %
Erläuterung von Strategie und Vision		51,2 %	51,5 %
Ausführungen zur Innovation		57,4 %	58,2 %
Originalität der Darstellung		46,3 %	53,3 %
Convenience: Unternehmenskennzahlen, Organisationstruktur auf einen Blick		48,8 %	66,1 %
Serviceseiten	10 %		
Ansprechpartner, Kontakt, Adressen		46,9 %	51,8 %
Glossar		11,1 %	14,9 %

D Abschluss (20%)

Kategorie	Gewichtung	Durchschnittliche Bewertung 2009	Durchschnittliche Bewertung 2010
Konzernabschluss, Anhang	100 %		
Vollständigkeit Konzernabschlussstabellen	10 %	100 %	100 %
Sachlich sinnvolle Gliederung des Anhangs		89,7 %	93,8 %
Umfang und Verständlichkeit verbaler Teil	20 %	61,5 %	86,5 %
Erläuterungen zum Anlagevermögen		53,8 %	91,7 %
Erläuterung nicht gesondert ausgewiesener "sonstiger Rückstellungen"		47,4 %	52,1 %
Umgliederung Umsatzerlöse nach Tätigkeitsbereichen		44,9 %	52,1 %
Segmentberichterstattung		35,0 %	77,8 %
Aufgliederung SBE		42,3 %	36,5 %
Aufgliederung SBA		46,2 %	34,4 %
Überleitung zum Bilanzgewinn, Ergebnisverwendung	45 %	63,3 %	72,9 %
Angaben zum Konsolidierungskreis		65,4 %	78,1 %
Angaben zur Kapitalkonsolidierung	10 %	46,2 %	51,0 %
Angaben zur Kapitalflussrechnung		43,6 %	46,9 %
Angaben zu Finanzinstrumenten		60,0 %	81,7 %
Angaben zu Haftungsverhältnissen und sonstigen finanziellen Verpflichtungen	15 %	60,3 %	81,3 %

Allgemeine Berichtsqualität und Gestaltung

(Anteil an der Gesamtbewertung ‚Bester Geschäftsbericht‘: 50 %)

E Struktur (20 %)

Kategorie	Gewichtung	Durchschnittliche Bewertung 2009	Durchschnittliche Bewertung 2010
Informationsabfolge	50 %		
Logischer Aufbau, Trennung Pflicht/Kür		60,5 %	67,9 %
Mikrostruktur Lagebericht		56,2 %	56,0 %
Leseführung	50 %		
Vermeidung von Redundanzen		79,0 %	70,8 %
Konsistenz Headlines und Text		66,0 %	81,5 %

F Sprache (25 %)

Kategorie	Gewichtung	Durchschnittliche Bewertung 2009	Durchschnittliche Bewertung 2010
Rechtschreibung, Grammatik		95,1 %	98,8 %
Verständlichkeit, Klarheit		75,9 %	72,6 %
Angemessenheit, Authentizität		80,2 %	83,3 %
Lebendigkeit		57,4 %	51,8 %

G Grafik und Verarbeitung (40 %)

Kategorie	Gewichtung	Durchschnittliche Bewertung 2009	Durchschnittliche Bewertung 2010
Erster Eindruck	20,0 %		
Kreativität		47,5 %	47,0 %
Nutzerführung		57,4 %	57,1 %
Gestaltung		51,9 %	50,0 %
CI		54,9 %	60,7 %
Layout	25 %		
Systematik		48,1 %	47,0 %
Dramaturgie		45,1 %	46,4 %
Typographie	15 %		
Schriftwahl		50,6 %	51,2 %
Schriftenwendung		51,2 %	50,0 %
Bild- und Farbwelt	15 %		
Fotografie/Illustration		40,1 %	44,6 %
Farben		51,9 %	52,4 %

Kategorie	Gewichtung	Durchschnittliche Bewertung 2009	Durchschnittliche Bewertung 2010
Infografiken und Tabellen	15 %		
Infografiken		48,7 %	46,4 %
Tabellen		51,2 %	46,4 %
Druck, Verarbeitung, Papier	10 %		
Druck		62,7 %	62,1 %
Verarbeitung		62,7 %	66,7 %
Papier		61,3 %	58,8 %

H Webseite (15%)

Kategorie	Gewichtung	Durchschnittliche Bewertung 2009	Durchschnittliche Bewertung 2010
Einfaches Auffinden des GBs via Suchmaschine/ Corporate Website	20 %	79,0 %	74,4 %
Vorjahresexemplare verfügbar	10 %	54,1 %	51,2 %
Größe PDF-Datei, Komfortabilität Download	10 %	52,5 %	78,6 %
Bequeme Anforderung Printexemplar	10 %	72,8 %	73,2 %
Inhaltliche Einbindung GB in Online Kommunikation	50 %	64,8 %	58,3 %

Über ergo



ERGO KOMMUNIKATION ist eine der führenden Kommunikationsberatungen in Deutschland und spezialisiert auf Wirtschaft, Finanzen und Politik. In Berlin, Frankfurt am Main, Köln und München unterstützen Berater, Redakteure, Projektmanager und Gestalter – insgesamt rund 70 Mitarbeiter – deutsche und internationale Unternehmen und Institutionen in der Kommunikation. Dabei bieten wir alle Leistungen aus einer Hand: von der Strategieberatung bis hin zur Produktion von Kundenmagazinen.

Gegründet wurde ERGO im Jahr 1992 als Journalistenbüro in Köln. Die enge Verbundenheit zum Journalismus ist nach wie vor spürbar: Die meisten Berater und Redakteure haben vor ihrem Wechsel zu ERGO für renommierte Wirtschafts- und Finanzmedien gearbeitet. Dabei fühlen sich alle Mitarbeiter von ERGO einem hohen Qualitätsstandard verpflichtet – dokumentiert unter anderem im Consultancy Management Standard II, nach dem ERGO zertifiziert ist.

Das ERGO-Team in Frankfurt am Main unterstützt Unternehmen insbesondere in allen Fragen der Finanzkommunikation. Wir sind erfahren in der IPO-Kommunikation, beraten bei (Re)Positionierungs-Prozessen ebenso wie in der fortlaufenden IR und PR. Wir konzipieren, recherchieren, schreiben und gestalten Geschäfts- und Quartalsberichte, erstellen Investoren Präsentationen, sind Partner in Pflichtpublizität und Corporate-Governance-Kommunikation. Für unsere Arbeit erhielten wir zahlreiche Auszeichnungen, beispielsweise bei den ARC Awards und den LACP Vision Awards.

Leistungen aus einer Hand:

- Beratung und Konzeption
- Redaktion
- Gestaltung
- Finanzübersetzung
- Produktion
- Projektmanagement

Kompetenzfelder:

- Kapitalmarktkommunikation
- Unternehmenskommunikation
- Krisen- und Change-Kommunikation
- Politik-Kommunikation
- Strategie- und Reputationskommunikation
- Transaktionskommunikation

Über PKF

PKF FASSELT SCHLAGE



PKF FASSELT SCHLAGE gehört zu den führenden Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen in Deutschland. In unserer Partnerschaft sind an fünfzehn Standorten insgesamt mehr als 600 Personen – davon mehr als 200 Wirtschaftsprüfer, Steuerberater und Rechtsanwälte – tätig, viele von ihnen mit Mehrfachqualifikation. Gemessen am Umsatz und an der Zahl der bei uns beschäftigten Wirtschaftsprüfer gehören wir zu den zehn größten Wirtschaftsprüfungsgesellschaften in Deutschland. Unsere Standorte sind u. a. Berlin, Braunschweig, Duisburg, Frankfurt, Hamburg und Köln.

Als mittelständisches, unabhängiges und partnergeführtes Unternehmen bieten wir mandantenorientierte Dienstleistungen, individuelle Beratung und direkte Entscheidungswege. Der verantwortliche Partner steht für die kontinuierliche persönliche Beratung aus einer Hand. Er führt ein stabiles und erfahrenes Team, das komplexe Fragestellungen interdisziplinär löst.

Wir prüfen und beraten Unternehmen verschiedener Größenordnungen aus vielen Branchen. Unsere Mandanten sind lokal, regional, national und international tätig. Darunter sind börsennotierte Unternehmen, weltweit tätige Konzerne, mittelständische Unternehmen, öffentliche Unternehmen, gemeinnützige Institutionen, Anstalten und Körperschaften des öffentlichen Rechts, insbesondere auch Gebietskörperschaften.

Das internationale PKF-Netzwerk

PKF INTERNATIONAL ist als weltweites Netzwerk unabhängiger Wirtschaftsprüfungs-, Steuerberatungs- und Unternehmensberatungsgesellschaften in 125 Ländern an ca. 440 Standorten mit rund 21.500 Partnern und Mitarbeitern vertreten.

PKF arbeitet weltweit und in jedem Arbeitsschritt nach einheitlichen Qualitätsstandards mit dem Anspruch, Prüfungs- und Beratungsleistungen auf höchstem Niveau zu erbringen. Alle Partnergesellschaften unterliegen regelmäßigen Qualitätskontrollen.

Über Roland Berger

Roland Berger Strategy Consultants

ROLAND BERGER STRATEGY CONSULTANTS, 1967 gegründet, ist eine der weltweit führenden Strategieberatungen. Mit 36 Büros in 25 Ländern ist das Unternehmen erfolgreich auf dem Weltmarkt aktiv. Rund 2.000 Mitarbeiter haben 2009 einen Umsatz von mehr als 616 Mio. Euro erwirtschaftet.

ROLAND BERGER STRATEGY CONSULTANTS berät international führende Industrie- und Dienstleistungsunternehmen sowie öffentliche Institutionen. Das Beratungsangebot umfasst alle Fragen strategischer Unternehmensführung – von der Ausrichtung über die Einführung neuer Geschäftsmodelle und -prozesse sowie Organisationsstrukturen bis hin zur Technologiestrategie.

ROLAND BERGER STRATEGY CONSULTANTS ist eine unabhängige Partnerschaft im ausschließlichen Eigentum von rund 180 Partnern. Unsere Strategieberatung ist in globalen Kompetenzzentren organisiert. Industrie-Kompetenzzentren decken die großen Branchen ab, und funktionale Kompetenzzentren bieten Know-how zu übergreifenden methodischen Fragestellungen.

Für jedes Beratungsprojekt wird individuell das beste interdisziplinäre Team aus Experten mit branchenspezifischem und funktionalem Know-how zusammengestellt. Gemeinsam mit unseren Klienten entwickeln wir maßgeschneiderte, kreative Konzepte. Besonders wichtig ist uns die Begleitung der Umsetzungsphase. So schaffen wir echten Mehrwert für unsere Klienten. Unser Beratungsansatz gründet sich dabei insbesondere auf die unternehmerische Persönlichkeit, die Integrität und die Individualität unserer Berater: "It's character that creates impact".

Alle Mitarbeiter von ROLAND BERGER STRATEGY CONSULTANTS sind unseren drei Grundwerten – Excellence, Entrepreneurship und Partnership – verpflichtet.

Entrepreneurship – Wir sind ein global erfolgreiches Netzwerk von Unternehmern, die pragmatische und umsetzbare Lösungen liefern.

Partnership – Wir setzen auf vertrauensvolle und konstruktive Zusammenarbeit in unserem Unternehmen und mit unseren Klienten.

Excellence – Wir liefern exzellente Ergebnisse und entwickeln weltweit vorbildliche Ansätze. So schaffen wir messbar und nachhaltig Wert für unsere Klienten.

Copyright und Disclaimer

Alle Angaben sind nur zur persönlichen allgemeinen Information bestimmt und gestattet. Eine Weitergabe an Dritte in jeglicher Form bedarf unserer schriftlichen Zustimmung. Alle Analysen und Auswertungen im Rahmen der Studie wurden von den Autoren mit größtmöglicher Sorgfalt durchgeführt. Die Autoren übernehmen keinerlei Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit der allgemein zugänglichen unternehmensspezifischen Daten, die als Auswertungsgrundlage dienten, und für die eventuell resultierenden Fehlinterpretationen.

Impressum

© ergo Unternehmenskommunikation GmbH & Co.
KG, Köln/Frankfurt am Main/Berlin/München/
Hamburg
© PKF FASSELLT SCHLAGE
© Roland Berger Strategy Consultants

Projektteam ergo Kommunikation

Anne Spies, Sonja Becker

Diese Studie steht auf www.private-public-award.de
zum kostenlosen Download zur Verfügung.

ergo Kommunikation

www.ergo-komm.de

Büro Frankfurt am Main

Münchener Str. 36
60329 Frankfurt am Main
T +49 69 27 13 89-0
F +49 69 27 13 89-77
E frankfurt@ergo-komm.de

Büro Köln

Venloer Str. 241-245
50823 Köln
T +49 221 91 28 87-0
F +49 221 91 28 87-77
E koeln@ergo-komm.de

Büro Berlin

Jägerstr. 67-69
10117 Berlin
T +49 30 20 18 05-00
F +49 30 20 18 05-77
E berlin@ergo-komm.de

Büro München

Ringseisstraße 10a
80337 München
T +49 89 24 41 111-0
F +49 89 24 41 111-77
E muenchen@ergo-komm.de

Büro Hamburg

Bernstorffstr. 120
22767 Hamburg
T +49 40 181 253-80
F +49 221 912 887-77
E hamburg@ergo-komm.de

PKF FASSELLT SCHLAGE

Niederlassung Duisburg
Schifferstraße 210
47059 Duisburg
T +49 203 300 01-0
F +49 203 300 01-50
www.pkf-fasselt.de

Roland Berger Strategy Consultants GmbH

Karl-Arnold-Platz 1
40474 Düsseldorf
T +49 211 4389-0
F +49 211 4389-21 40
www.rolandberger.com