



Haniel gewinnt den private publ!c Award 2010

Hochkarätige Jury zeichnet besten Geschäftsbericht deutscher Familienunternehmen aus / Nicht börsennotierte Gesellschaften wagen mehr Transparenz / Finanzierungsstrategie offenbart deutliche Unterschiede zu Börsenwerten

Frankfurt am Main, 6. Oktober 2010. Die Franz Haniel & Cie. GmbH gewinnt mit ihrem Geschäftsbericht den diesjährigen private publ!c Award. Mit überzeugendem Konzept, klaren Botschaften und transparentem Finanzbericht setzte sich der Duisburger Handels- und Dienstleistungskonzern an die Spitze der über 50 nicht börsennotierten Familien- und Stiftungsgesellschaften. Ebenfalls auf dem Podium landeten Heraeus Holding und Otto Group, die zugleich Sonderpreise für die beste Gestaltung (Heraeus) und die beste Story (Otto) erhielten. Der Medizintechnik-Spezialist B. Braun Melsungen trumpfte mit der besten Sprache auf, während sich WILLO, ein Hersteller von Pumpensystemen, um gleich 26 Plätze nach vorn schob und als Aufsteiger des Jahres geehrt wurde.

Der zum zweiten Mal ausgerichtete private publ!c Award ist eine Initiative des Beratungsunternehmens ergo Kommunikation. Das Format hat sich binnen kürzester Zeit als Vergleichsmaßstab für die inhaltliche, sprachliche und grafische Qualität der Berichte nicht börsennotierter Familienkonzerne etabliert. Bei der Bewertung der Geschäftsberichte anhand von über 90 Kriterien arbeitet ergo eng mit der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PKF Fasselt Schlage und dem Grafiker Klaus Bietz zusammen. In der Jury sind ferner die Morgan Stanley Bank, Roland Berger Strategy Consultants und die Zeppelin Universität vertreten.

Im Vergleich zum Vorjahr haben die freiwillig aufgelegten Geschäftsberichte an Transparenz gewonnen. Wichtigster Grund: Zur Bewältigung der Wirtschaftskrise haben die Unternehmen zahlreiche Maßnahmen angestoßen und diese ausführlich vorgestellt. So gab es für die Darstellung der Konzernstrategie sowie der Ertrags- und Risikolage bessere Bewertungen. Wegen des inzwischen wieder aufgehellten wirtschaftlichen Umfelds legten überdies mehr Unternehmen ihre Erwartungen für das folgende Geschäftsjahr offen. Studienleiter Andreas Martin von ergo Kommunikation: „Der Qualitätssprung ist erfreulich – doch ob es sich hierbei bloß um eine Eintagsfliege oder einen echten Trend handelt, wird erst das nächste Jahr zeigen.“

Zusätzlich analysierten die ergo-Berater gemeinsam mit den Corporate-Finance-Experten von Roland Berger Strategy Consultants die Ertrags- und Finanzlage von 30 industrienahen Familienunternehmen. Der Vergleich mit börsennotierten Gesellschaften ähnlicher Größe und Branchenzugehörigkeit brachte deutliche Unterschiede ans Licht: Die Familienunternehmen sind auch und gerade in der Wirtschaftskrise innovationsfreudiger, investieren einen deutlich höheren Anteil des Cashflows in den Ausbau und die Modernisierung der Produktionsanlagen, sind stärker eigenkapitalfinanziert und halten eine höhere Liquidität vor. Auch die moderaten Dividendenforderungen der Eigentümerfamilien trugen dazu bei, die soliden Bilanzrelationen aufrechtzuerhalten. In Sachen Finanzierung nahmen jedoch nur die allergrößten Familienkonzerne den Kapitalmarkt in Anspruch, während bei umsatzschwächeren Gesellschaften der klassische Bankkredit vorherrscht.

Die vollständige Studie steht unter www.private-public-award.de kostenlos zum Download bereit.

Kontakt:

ergo Kommunikation
Andreas Martin
T +49 69 27 13 89-15
F +49 69 27 13 89-77
E andreas.martin@ergo-komm.de

Über ergo Kommunikation:

ergo Kommunikation zählt mit einem Honorarumsatz von rund 5,2 Millionen Euro zu den zehn größten GPRA-Agenturen und ist darüber hinaus eine der führenden inhabergeführten Kommunikationsberatungen in Deutschland. In Berlin, Frankfurt am Main, Köln und München arbeiten rund 70 Berater, Redakteure und Projektmanager für nationale und internationale Unternehmen sowie öffentliche Institutionen in den drei Geschäftsfeldern Finanzkommunikation, Unternehmenskommunikation und Politische Kommunikation.

