

Pressemitteilung

Als Kommunikationsinstrument muss der Geschäftsbericht neue Wege gehen.

Perspektivwechsel: Vom Rechenschafts- zum Verantwortungsbericht.

Hamburg, 22. September 2010 – Die Spezialagentur für Geschäftsberichte HGB propagiert ein neues Modell der Unternehmensberichterstattung und empfiehlt dafür eine Orientierung am Leitbild des „Ehrbaren Kaufmanns“. Damit der Geschäftsbericht zum wirkungsvollen Kommunikationsinstrument mit allen Anspruchsgruppen des Unternehmens werden kann, sollte er die unternehmerische Verantwortung umfassender als bisher thematisieren. „Nach den Bestechungs- und Bspitzelungs-Skandalen in großen Konzernen, nach der Finanzkrise und dem BP-Desaster ist das Thema unternehmerische Verantwortung aktueller denn je,“ sagt Peter Poppe, Geschäftsführender Gesellschafter von HGB. Der HGB-Konferenztag und die Ausstellung „ANNUAL REPORTS“ thematisieren am 23. September im Hamburger Museum für Kunst und Gewerbe diesen und andere Trends.

Unternehmerische Verantwortung rückt unaufhaltsam in den Fokus.

Einige fundamentale Entwicklungen werden nach Ansicht von HGB in den nächsten Jahren die Finanzkommunikation beeinflussen. Offensichtlich ist: Kunden und auch immer mehr Aktionäre verlangen von den Unternehmen verantwortliches Handeln.

- Dank der digitalen Revolution sind Kunden, aber auch generell eine kritische Öffentlichkeit mächtiger geworden. Kritik an Produkten und Dienstleistungen oder schlechtem Service verbreitet sich im Internet heute in Sekundenschnelle. Diese neuen Machtverhältnisse zwingen Unternehmen mit Kundenbelangen sensibel und respektvoll umzugehen.
- Zahlreiche Studien und Umfragen belegen, dass von den Aktionären die Vertrauensfrage gestellt wird. Nachhaltige Investments haben sich deshalb vom Nischenprodukt zum Verkaufsschlager entwickelt. Anleger orientieren sich nicht mehr ausschließlich am kurzfristigen Unternehmenserfolg, sondern achten immer stärker darauf, wie die langfristigen ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlichen Leistungen des Unternehmens aussehen. Verantwortliches Handeln der Firmen ist für ihren Risikocheck sehr viel wichtiger geworden.

„Unternehmen müssen sich der berechtigten Anspruchshaltung ihrer unterschiedlichen Zielgruppen noch wesentlich weiter öffnen als bisher. Denn ohne eine breite gesellschaftliche Akzeptanz können sie auf Dauer kein Geschäft machen“, sagt HGB-Chef Peter Poppe. „Vorausschauende Firmenlenker

greifen diese Entwicklungen deshalb aktiv auf. Sie richten ihre Strategie danach aus, Werte zu schaffen für alle Anspruchsgruppen des Unternehmens“, so Poppe.

Orientierung am Leitbild des Ehrbaren Kaufmanns empfohlen.

All das hat natürlich Auswirkungen auf den Geschäftsbericht. Er muss die unternehmerische Verantwortung zukünftig wesentlich vielschichtiger thematisieren. Die Aufnahme eines Nachhaltigkeitskapitels in den Report ist ein erster Schritt, ein Verantwortungsbericht muss nach Ansicht der Hamburger Experten allerdings weiter gehen. Die Orientierung am Leitbild des „Ehrbaren Kaufmanns“ weise den Weg zu einem wahren Verantwortungsbericht. „Den Ehrbaren Kaufmann zeichnen Tugenden wie Fleiß, Ehrlichkeit, Aufrichtigkeit oder Redlichkeit aus, die für eine zeitgemäße Unternehmensberichterstattung sehr hilfreich sein können“, sagt HGB-Chef Poppe. Dies hieße unter anderem,

- kurz und verständlich zu erklären, wie das Unternehmen sein Geschäft am Leitbild der verantwortlichen Unternehmensführung und des langfristigen Werteschaffens ausrichtet;
- Zahlen zum verantwortlichen Handeln in konkreten, mess- und umsetzbaren Größen zu dokumentieren und diese genauso sorgfältig zu erheben wie die Kennzahlen zum wirtschaftlichen Erfolg;
- auf Schönwetter-PR zu verzichten, sondern klare Zusammenhänge zwischen verantwortlichem Handeln und unternehmerischem Erfolg darzustellen und entsprechende Indikatoren in ihrer Wirkung auf wichtige wirtschaftliche Kennzahlen zu erklären;
- Aussagen - auch frühere - überprüfbar zu machen und angekündigte und erreichte Ziele für das Geschäftsjahr in Soll/-Ist-Vergleichstabellen zu präsentieren;
- nicht nur über Erfolge zu sprechen, sondern ungeschminkt auch Schwierigkeiten und noch nicht gelöste Probleme zu thematisieren;

Aus dem nach wie vor aktuellen Leitbild des Ehrbaren Kaufmanns lässt sich ein Reporting-Modell für Unternehmen ableiten, das zugleich inhaltliche Gliederungshilfe und Checkliste sein kann. Peter Poppe: „Wie schnell sich der Geschäftsbericht zum Verantwortungsbericht entwickeln wird, lässt sich zurzeit schwer einschätzen. Das es dazu kommen wird, steht für mich außer Frage.“

Meinungsbildenes Forum

Der Konferenztag und die Ausstellung „ANNUAL REPORTS - Die besten Geschäftsberichte 2009“ beschäftigen sich in Expertenbeiträgen und Diskussionen unter dem Motto „Zurück in die Zukunft.“

Alte Werte neu entdecken.“ mit folgenden Fragen: Shareholder- und Stakeholder-Value: Wie können Unternehmen diese teils gegensätzlichen Konzepte unter einen Hut bringen und dabei die Glaubwürdigkeit ihrer Unternehmens- und Finanzkommunikation sicherstellen? Welche Rolle spielt das Thema „Unternehmerische Verantwortung“ in der Führungsagenda globaler Konzerne? Wie müssen Unternehmen über Nachhaltigkeitsthemen kommunizieren, um Analysten und Investoren zu erreichen? Wie kann der Geschäftsbericht zum Verantwortungsbericht werden? Und ist dann ein Nachhaltigkeitsbericht überhaupt noch notwendig?

Einzigartige Ausstellung

In der Ausstellung „ANNUAL REPORTS - Die besten Geschäftsberichte 2009“, die HGB vom 24. September bis 17. Oktober 2010 im Museum für Kunst und Gewerbe exklusiv in Deutschland zeigt, sind prämierte Reports der „International ARC AWARDS“ zu sehen. Die „International ARC AWARDS“ sind der weltweit größte und älteste internationale Wettbewerb für Geschäftsberichte und werden seit 1987 von der Academy of Communication Arts and Sciences/MerComm in New York ausgerichtet. In diesem Jahr wurden rund 1.900 Geschäftsberichte aus 27 Ländern eingereicht. Die Deutsche Telekom hat für ihren von HGB gestalteten Geschäftsbericht 2009 in der Kategorie „Beste Fotografie Europa“ dieses Jahr einen begehrten Grand Award gewonnen. Diese Auszeichnung gilt als „Oscar der Geschäftsberichte“.

Service für Redaktionen

Ausführliche Informationen zum Konferenztage und zur Ausstellung von „ANNUAL REPORTS - Die besten Geschäftsberichte 2009“ finden Sie im Internet unter: www.hgb.de. Vorträge der Referenten stehen ab 23. September 2010 bereit unter: <http://www.ar-annualreports.de/vortragsarchiv>.

Die HGB Hamburger Geschäftsberichte GmbH & Co. KG ist die große Spezialagentur für Geschäftsberichte in Deutschland. HGB übernimmt alle Leistungen vom Konzept über den gedruckten Bericht bis zur Online-Fassung. Über 100 deutsche Unternehmen stehen auf der Referenzliste von HGB. Aktuell arbeitet die Agentur unter anderem für Aurubis, Brenntag, DEKRA, Deutsche Lufthansa, Deutsche Telekom, EADS, EDEKA, Gerresheimer, Greenpeace Energy, Hamburger Hochbahn, Hamburger Sparkasse, Landesbank Berlin Holding, XING. Die Agentur beschäftigt 17 feste Mitarbeiter.

Kontakt:

HGB Hamburger Geschäftsberichte GmbH & Co. KG
Peter Poppe, Geschäftsführung
20146 Hamburg, Rentzelstraße 10a
Telefon +49 (40) 41 46 13 - 12, Fax +49 (40) 41 46 13 - 40
Mail: poppe@hgb.de