

## Pressemitteilung

HGB stellt Trendreport und Umfrageergebnisse zu Geschäftsberichten in Zeiten des Aufschwungs vor:

### **Unternehmerische Verantwortung bleibt Top-Thema.**

Hamburg, 20. Juni 2011 - Wie die großen deutschen Unternehmen ihre Geschäftszahlen, Informationen zur Führung und Strategie sowie zu ihrem ökologischen und sozialen Handeln veröffentlichen, verändert sich deutlich: Die Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichterstattung wächst erkennbar zusammen. Internet und soziale Netzwerke nehmen für die Finanzkommunikation an Bedeutung zu. Selbst an der Aufbereitung des Geschäftsberichts für mobile Endgeräte wie dem iPad wird in einigen Firmen schon gearbeitet. Zu diesem Ergebnis kommt eine Umfrage der Hamburger Spezialagentur HGB Hamburger Geschäftsberichte unter 63 Experten aus Finanz- und Unternehmenskommunikation, die das Unternehmen am Montagabend bei seiner Kunden-Veranstaltung „Summer Lounge“ im Hamburger Ruder-Club Favorite Hammonia vorstellen wird.

„Grundlage für eine erfolgreiche Finanzkommunikation bleibt auch im Aufschwung, dass Unternehmen die Darstellung ihres ökonomischen Erfolgs mit ihrer Verantwortung für Kunden, Mitarbeiter, Gesellschaft und Umwelt überzeugend verbinden. Die spannende Frage, wie die Unternehmen diese schwierige Aufgabe lösen wollen, wird erst durch eine - wenn auch wachsende - Minderheit der Geschäftsberichte beantwortet“, sagt Peter Poppe, Geschäftsführender Gesellschafter von HGB.

### **Der lange Weg zum integrierten Bericht**

Der eindeutige Trend geht dahin, die Zahlen und Fakten zu Finanzen, Umweltschutz, Personal, Datenschutz oder zur gesellschaftlicher Verantwortung in einem Bericht zusammenzuführen. Doch der Weg dorthin ist lang und mit viel Arbeit verbunden. Das liegt vor allem daran, dass die Reportingsysteme der Unternehmen noch nicht auf diesen Paradigmenwechsel ausgerichtet sind. Nur knapp ein Viertel der von HGB Befragten sagen, dass in ihren Unternehmen schon konkret an einer integrierten Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichterstattung gearbeitet wird. In der Mehrheit der Firmen passiert noch nichts entsprechendes. „Auch wenn wir von einem Anfang sprechen können, wird es sicher einige Jahre dauern, bis die Hausaufgaben hier gemacht sind. Erst dann werden auch Kennzahlen verfügbar sein, die den geforderten Zusammenhang von verantwortlichem Handeln und unternehmerischem Erfolg erklären können. Denn auf die Antwort warten die Finanzmärkte bisher vergeblich“, erläutert Peter Poppe.

## **Der Geschäftsbericht für das iPad**

Der Trend zum Verantwortungsbericht, der sich nicht nur an die Aktionäre, sondern an alle Stakeholder wie Kunden, Mitarbeiter, Politiker und Bürger richtet, wird auch das Kommunikationsverhalten der Unternehmen verändern. Die zielgruppenspezifische Ansprache über verschiedene Kommunikationskanäle ist heute notwendig. „Besonders die Online-Kommunikation und die sozialen Netzwerke werden neben dem gedruckten Geschäftsbericht immer wichtiger“, sagt Peter Poppe. Einen interaktiven Geschäftsbericht im Internet mit zusätzlichen Inhalten und Funktionen halten knapp zwei Drittel der von HGB befragten Experten für den zukünftigen Standard. Besonders innovative Firmen bereiten ihre Unternehmensberichte sogar schon für mobile Endgeräte wie das iPad auf. An solchen Lösungen wird immerhin schon in den Unternehmen von 21 Prozent der befragten Experten gearbeitet. „Früher oder später wird es eine Selbstverständlichkeit sein, den Geschäftsbericht auch mobil lesbar zu machen. Dabei wird es sicher für Smartphones und Tablet-PC ganz unterschiedliche Lösungen geben. Die Lektüre eines Geschäftsberichts wird indes nur auf dem Tablet-PC sinnvoll funktionieren.“

## **Gestiegene Ansprüche an den Geschäftsbericht**

Zusätzlich zur Experten-Umfrage hat HGB auch in diesem Jahr wieder die Geschäftsberichte aus den DAX-Segmenten analysiert. Für den Trendreport „DAX-Berichte 2010“ hat HGB unter anderem alle Geschäftsberichte der DAX30-Unternehmen ausgezählt und gewogen. Das erstaunliche Ergebnis: Die 30 Reports zum Geschäftsjahr 2010 bringen zusammen über 33 Kilogramm auf die Waage. Der Leser muss durch 7.978 Seiten (2009: 7.457) blättern. Der dickste Bericht stammt mit 332 Seiten von Volkswagen. „Angesichts dieser Informationsfülle ist die professionelle Aufbereitung der Berichte umso wichtiger geworden. Da erstaunt es, dass auch die großen Unternehmen aus dem DAX30 es häufig nicht schaffen, ihren Geschäftsbericht mit klaren und für den Leser schnell erfassbaren Botschaften zu versehen“, stellt Peter Poppe fest.

Doch der HGB-Trendreport zeigt auch viele positive Beispiele auf, wie Unternehmen in einer Zeit der Rekordergebnisse und ehrgeiziger Strategien mit dem Medium Geschäftsbericht um Vertrauen werben können. Diese Aufgabe ist auf jeden Fall anspruchsvoller geworden, lässt sich aus der HGB-Umfrage ablesen: Eindeutige Botschaften zur Zukunftsfähigkeit des Unternehmens, mehr Klarheit im Lagebericht und mehr Transparenz in den Aussagen über die weitere Entwicklung des Unternehmens sollte der Report künftig enthalten, ist die Meinung der befragten Experten.

**Service für Redaktionen:** Weitere Ergebnisse des HGB-Trendreports und der Experten-Umfrage finden Sie im Internet unter: [www.hgb.de](http://www.hgb.de)

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, Gerresheimer, Greenpeace Energy, Hamburger Hochbahn, Landesbank Berlin Holding, Q-Cells, SAGA GWG, Sana Kliniken, SGL Carbon, Würth Group, XING, ZF Friedrichshafen. Die Agentur beschäftigt 17 feste Mitarbeiter.

**Kontakt:**

HGB Hamburger Geschäftsberichte GmbH & Co. KG

Peter Poppe, Geschäftsführung

Rentzelstraße 10a

20146 Hamburg

Tel. +49 (40) 41 46 13 - 12

Fax +49 (40) 41 46 13 - 40

[poppe@hgb.de](mailto:poppe@hgb.de)