



PRESSEMITTEILUNG

HGB stellt Trendreport und Umfrageergebnisse zu Geschäftsberichten in Zeiten der Wirtschaftskrise vor:

Unternehmen versprühen Optimismus

Hamburg, 14. Juni 2009 – In den aktuellen Geschäftsberichten ist von der Wirtschafts- und Finanzkrise nicht viel zu spüren. Die in den letzten Wochen veröffentlichten Berichte über das Geschäftsjahr 2008 sind umfangreicher und aufwendiger als im Vorjahr, sprechen kritische Themen offen an und interpretieren die aktuelle wirtschaftliche Situation weniger als Belastung denn als Chance, die Unternehmen zukunftsfähiger zu machen. Das ist das Ergebnis des HGB-Trendreports „DAX-Berichte 2008“, den die Hamburger Spezialagentur HGB Hamburger Geschäftsberichte GmbH & Co. KG morgen abend bei seiner Kunden-Veranstaltung „Summer Lounge“ im Hamburger Ruder-Club Favorite Hammonia vorstellen wird.

„Wenn es darum geht, Vertrauen und Glaubwürdigkeit im Dialog mit den Finanzmärkten, den Medien und der Öffentlichkeit zurückzugewinnen, verlassen die Unternehmen sich wieder stärker auf ein bekanntes und kontinuierliches Medium wie den Geschäftsbericht“, sagt Peter Poppe, Geschäftsführender Gesellschafter von HGB. Die Ergebnisse des Trendreports werden gestützt durch eine HGB-Umfrage unter 51 Experten aus Finanz- und Unternehmenskommunikation zur aktuellen Situation des Geschäftsberichts. Auch die von HGB befragten Experten sehen eine deutliche Renaissance des Geschäftsberichts: Mehr als die Hälfte von ihnen glaubt, dass seine Bedeutung in der heutigen Situation gestiegen ist. Weitere 40 Prozent sind der Auffassung, dass der Geschäftsbericht zumindest gleich bedeutend geblieben ist.



Für den Trendreport hat HGB unter anderem alle Geschäftsberichte der DAX30-Unternehmen ausgezählt und gewogen. Das erstaunliche Ergebnis: Die 30 Reports bringen zusammen über 32 Kilogramm auf die Waage, fünf mehr als im vergangenen Jahr. Der Leser muss sich durch fast 7000 Seiten (2007: 6290) blättern. Erstaunlich: Den Berichten sieht man die Krise nicht an. Im Gegenteil: Die Umfänge sind weiterhin gigantisch, auf Imageteile mag auch fast keiner verzichten. Am auffälligsten aber ist der Aufwand, der bei Materialauswahl und bei Veredelung gemacht worden ist. „Auf das Flaggschiff-Medium Geschäftsbericht kommt es mehr denn je an, deshalb wird daran nicht gespart“, erläutert Peter Poppe.

Aus den Experten-Antworten der HGB-Umfrage lässt sich ebenfalls ablesen, dass die Ansprüche an den Geschäftsbericht gestiegen sind: Mehr Transparenz im Lagebericht und eindeutige Botschaften zur Zukunftsfähigkeit des Unternehmens sollen im Report an erster Stelle stehen. Damit einher geht die Experten-Meinung, dass der Lagebericht und harte Themen wie Strategie und Zukunft jetzt noch wichtiger sind. Und sie fordern Verständlichkeit, schlüssige Inhalte und ermuntern dazu, – wenn auch weniger laut – etwaige Probleme des Unternehmens oder die Ungewissheit über die weitere Entwicklung offen anzusprechen.

Bemerkenswertes Ergebnis des HGB-Trendreports: Diese Ansprüche werden durch die 2008er-Reports gestützt. Der Sprachstil hat sich im Vergleich zu den letzten Jahren erkennbar verbessert. Zwar bleiben so manche Titelslogans nach wie vor weitestgehend austauschbar und tragen bisweilen banale Züge wie ‚Wir gestalten Zukunft‘ oder ‚Wir bringen die Zukunft‘ oder auch ‚Herausforderung Zukunft‘. Die sprachliche Qualität insbesondere im Vorwort und der Corporate Story ist hingegen gestiegen. „Es ist gut, dass die Unternehmen das zurzeit stärker ausgeprägte Bedürfnis ihrer Zielgruppen nach mehr Verständlichkeit, Offenheit und Transparenz nicht ignorieren“, sagt HGB-Direktor Jörg Korte, der für die Erstellung des Trendreports verantwortlich zeichnet.

Auffällig sei zudem, dass es in den Berichten keine Anzeichen für Resignation oder Pessimismus gebe. Im Gegenteil: Die aktuelle wirtschaftliche Situation werde zwar als außergewöhnliche Herausforderung und Belastung, aber eben auch als Chance, betrachtet. „Der Tenor ist: Anpacken, die Strategie justieren, glaubwürdig Antworten geben und sich zukunftsfähig machen. Wer hätte uns Deutschen diese zuversichtliche Einstellung zugetraut“, sagt Jörg Korte.

Ein weiterer eindeutiger Trend: Kaum ein DAX-Geschäftsbericht erscheint ohne ein Kapitel zu den Themen Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen. Eine mögliche Marschrichtung gibt das Chemieunternehmen BASF vor: Statt einen eigenständigen Nachhaltigkeits-



Bericht zu veröffentlichen, wie es fast alle DAX-Unternehmen machen, publiziert die BASF einen integrierten Bericht, der die ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlichen Leistungen des Unternehmens dokumentiert. Das Konzept, Nachhaltigkeits- und Geschäftsbericht miteinander zu verknüpfen ist durchaus sinnvoll. Denn zwischen beiden Reports gibt es inhaltlich zahlreiche Überschneidungen. So sollten Nachhaltigkeitsberichte neben der ökologischen und sozialen Komponente auch ökonomische Aspekte berücksichtigen. Und ein guter Geschäftsbericht beleuchtet auch die nichtfinanziellen Leistungsmerkmale.

Die Integration des Nachhaltigkeits-Themas in den Geschäftsbericht empfiehlt HGB aber nicht nur den großen Unternehmen, sondern sie könne auch für Mittelständler gut passen, die mit diesem für die Aktionäre und Stakeholder wichtigen Thema kommunikativ Pluspunkte sammeln wollen: „Nachhaltigkeit und Verantwortung sind Substanzthemen. Ohne intern erarbeitete Schwerpunkte sind die Unternehmen gut beraten, nicht die große PR-Trommel zu rühren. Wer noch nicht genügend Inhalte für einen eigenständigen Bericht hat, kann dem Thema CSR zunächst im Geschäftsbericht ein größeres Gewicht geben“, sagt Peter Poppe.

Service für Redaktionen:

Weitere Ergebnisse des HGB-Trendreports und der Experten-Umfrage finden Sie im Internet unter: 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 – darunter Aurubis, DEKRA, Deutsche Telekom, EADS, Landesbank Berlin Holding, MPC Capital und TUI. Die Agentur beschäftigt 17 feste Mitarbeiter.

Kontakt:

HGB Hamburger Geschäftsberichte GmbH & Co. KG

Jörg Korte / Peter Poppe

Rentzelstraße 10a

20146 Hamburg

Tel. +49 (40) 41 46 13 0

Fax +49 (40) 41 46 13 40

eMail korte@hgb.de, poppe@hgb.de