

Geschäftsberichte von Familienunternehmen – wozu?

Ergebnisse einer Untersuchung

Von Thilo M. Tern, Partner, CAT Consultants GmbH & Co.

Noch halten sich die deutschen Familienunternehmen bedeckt: Wie eine Untersuchung der CAT Consultants zeigt, veröffentlicht nur ein Bruchteil von ihnen einen Geschäftsbericht. Mit dem 2007 neu geschaffenen Gesetz über elektronische Handelsregister und Unternehmensregister (EHUG), das verlangt, die Unternehmenszahlen im Internet allgemein zur Verfügung zu stellen, könnte sich jedoch ein Trend zu neuer Offenheit ergeben.

Bisher noch keine Freude an der Publizierung von Finanzzahlen

Wir haben in der Untersuchung von insgesamt 254 deutschen Familiengesellschaften festgestellt, dass nur 22,9% der nicht börsennotierten Gesellschaften einen Geschäftsbericht veröffentlichen. Beschränkt man sich jedoch auf die Auswertung der auch international bedeutenden Unternehmen mit Umsätzen oberhalb von einer Milliarde Euro, so verbessert sich das Bild: Immerhin haben von 88 nicht börsennotierten deutschen Familienunternehmen 39 (44,3%) einen Geschäftsbericht vorgelegt. 72 dieser „stillen Riesen“ publizieren Basisinformationen über ihre Finanzen auf ihrer Unternehmenswebsite. Bei Familienunternehmen kleiner und mittlerer Größe in der Umsatzgrößenordnung von 90 bis 120 Mio. Euro ist die Veröffentlichung von Finanzdaten dagegen eine ausgesprochene Ausnahme. Ein einziges Unternehmen dieser Größe



Nur 22,9% der befragten nicht börsennotierten Gesellschaften haben für das Geschäftsjahr 2007 einen Geschäftsbericht veröffentlicht.



Thilo M. Tern

bietet einen Geschäftsbericht und nur 16 trauen sich, auf ihrer Website Informationen zu ihrer finanziellen Lage zu geben.

Die Argumente gegen eine Veröffentlichung der Finanzlage wiegen offensichtlich schwer.

- Der Kosten- und Zeitaufwand wird lieber in die Marktbearbeitung gesteckt;
- Wettbewerber, Lieferanten und auch Kunden sollten nicht noch schlauer gemacht und Ziele nicht festgeschrieben werden;
- Finanzinformationen sollten nicht in die Hände ungeliebter Finanzmarktakteure gelangen;
- es sollten keine Einblicke in die persönliche Einkommenslage von Gesellschaftern und Geschäftsführern gegeben werden.

EHUG gibt Anstoß zum Umdenken

Trotz der bekannten, historisch gewachsenen Aversion in Familienunternehmen gegen allzu offene Finanzinformationen zeigt sich aktuell ein Trend zur Öffnung; immer mehr erfolgreiche Mittelstandsunternehmen folgen dem Beispiel ihrer börsennotierten Wettbewerber und beginnen, sich den Themen Finanzkommunikation

und Geschäftsbericht nunmehr ernsthaft zu nähern.

Neben einer den Medien und der Kommunikation gegenüber aufgeschlossenen neuen Unternehmergeneration hat offenbar das 2007 in Kraft getretene Gesetz über das elektronische Unternehmensregister, kurz EHUG, den Anstoß gegeben. Wenn nämlich die allgemeine Verfügbarkeit von Finanzinformationen nicht zu umgehen ist, bietet der Geschäftsbericht den Weg nach vorn und gleichzeitig die Chance zur imagebildenden Darstellung des Unternehmens auf dem Finanzmarkt.

Finanzkommunikation verbessert das Standing des Unternehmens

Durch den Geschäftsbericht wird das Unternehmen erst ernsthaft wahrgenommen. Die dokumentierte Bereitschaft zur Transparenz erleichtert Finanzierungsgespräche und senkt im Zweifel auch die Kapitalkosten. Dafür sorgen auch die Ratingmodelle der Banken, die die Transparenz der Finanzberichterstattung als einen Faktor berücksichtigen.

Nicht zu vernachlässigen sind die Nebeneffekte, die sich bei Kunden, Mitarbeitern und in der Öffentlichkeit zeigen. Wie verlässlich ist der Geschäftspartner? Wie sicher sind die Arbeitsplätze? Nimmt das Unternehmen seine Corporate Citizenship ernst? Der Geschäftsbericht, der auf derartige Fragen eingeht, zwingt seine Autoren zu

einer intensiven Auseinandersetzung mit dem Kern des Unternehmens. Er entwickelt sich so zu einem Basisinstrument, mit dem eine einheitliche Sprache gefunden wird. Allein darin ist schon ein Nutzen zu sehen.

Fazit

Die Frage „Wozu ein Geschäftsbericht?“ wandelt sich schon heute immer mehr zur Frage „Welche Inhalte wollen wir in unserem Geschäftsbericht bieten?“ Je mehr Antworten er gibt, je allgemeinverständlicher und „attraktiver“ diese vermittelt werden, umso erfolgreicher ist seine Wirkung für das Unternehmen. In der heute deutlich gestiegenen Nachfrage von Familienunternehmen nach Beratungsleistungen auf dem Gebiet der Finanzkommunikation sieht CAT Consultants einen Hinweis, dass man sich hinter den Kulissen bereits intensiv mit diesen Fragen auseinandersetzt.

TAB. 1: FINANZKOMMUNIKATION IN FAMILIENUNTERNEHMEN

Größenklasse der Familienunternehmen	Anzahl Unternehmen im Sample	Anzahl Unternehmen, die einen Geschäftsbericht publizieren		Anzahl Unternehmen, die über das Internet Finanz-Basisinformationen publizieren	
			IN %		IN %
Spitzengruppe					
GEMELDETER UMSATZ 2005 VON MEHR ALS 1 MRD. EURO	110	61	55,5%	94	85,5%
DAVON MIT BÖRSENNOTIERUNG	22	22	100,0%	22	100,0%
DAVON OHNE BÖRSENNOTIERUNG	88	39	44,3%	72	81,8%
Sehr große Unternehmen					
GEMELDETER UMSATZ 2005 VON 500 BIS 1.000 MIO. EURO	48	13	27,1%	31	64,6%
DAVON MIT BÖRSENNOTIERUNG	5	5	100,0%	5	100,0%
DAVON OHNE BÖRSENNOTIERUNG	43	8	18,6%	26	60,5%
Große Unternehmen					
GEMELDETER UMSATZ 2005 VON 400 BIS 500 MIO. EURO	32	6	18,8%	22	68,8%
DAVON MIT BÖRSENNOTIERUNG	3	3	100,0%	3	100,0%
DAVON OHNE BÖRSENNOTIERUNG	29	3	10,3%	19	65,5%
Kleine und mittlere Unternehmen					
GEMELDETER UMSATZ 2005 VON 90 BIS 120 MIO. EURO	64	2	3,1%	17	26,6%
DAVON MIT BÖRSENNOTIERUNG	1	1	100,0%	1	100,0%
DAVON OHNE BÖRSENNOTIERUNG	63	1	1,6%	16	25,4%
Gesamt	254	82	32,3%	164	64,6%
DAVON MIT BÖRSENNOTIERUNG	31	31	100,0%	31	100,0%
DAVON OHNE BÖRSENNOTIERUNG	223	51	22,9%	133	59,6%

Quelle: CAT Consultants