

Matthias Schulz

Geschäftsberichterstattung im Internet

Diplomarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



HAUSARBEIT

IM FACH: Revisions- und Treuhandwesen

GESTELLT VON: Professor Dr. Karlheinz Küting

THEMA: Geschäftsberichterstattung im Internet

BEARBEITET VON: Matthias SCHULZ

ABGABETERMIN: 15.7.1997

INHALTSVERZEICHNIS

Abkürzungsverzeichnis	III
Abbildungsverzeichnis	V
1. Einleitung	1
1.1 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit	2
1.2 Methodik	2
1.3 Untersuchungsobjekt	3
2. Grundlagen	4
2.1 Der Geschäftsbericht	4
2.1.1 Historie und Begriff	4
2.1.2 Adressatenkreis	7
2.1.3 Bedeutung für die betriebliche Praxis	7
2.1.4 Aktuelle Entwicklungen und Ausblick	8
2.2 Das Internet	9
2.2.1 Historie und Begriff	9
2.2.2 Bedeutung für die betriebliche Praxis	10
2.2.3 Aktuelle Entwicklungen und Ausblick	12
2.2.4 Abgrenzung der Begriffe Intranet und Extranet	14
3. Gesetze und Regelungen	15
3.1 Erfüllung gesetzlicher Pflichten	16
3.2 Allgemeine Regelungen für den Geschäftsbericht	18
3.2.1 Inhalt und Aufbau des Geschäftsberichtes	18
3.2.2 Anordnung der Komponenten	22
3.3 Spezielle Regelungen für den Online-Geschäftsbericht	24
3.3.1 Ausgangslage	25
3.3.2 Informations- und Kommunikationsdienstegesetz (IuKDG)	26
3.3.3 Mediendienste-Staatsvertrag (MDStV)	28
3.3.4 Rundfunkstaatsvertrag	28
3.3.5 Telekommunikationsgesetz (TKG)	28
3.3.6 Exkurs: Implikationen für den steuerberatenden Berufsstand	29
3.4 Fazit	30
4. Empirische Untersuchung	30
4.1 Untersuchungsziele	30
4.2 Untersuchungsmethode	31
4.3 Untersuchungsergebnisse	33

4.3.1 Unternehmenskommunikation	33
4.3.2 Feedbackfunktion	34
4.3.3 Auswertung der Fragebögen	36
4.3.4 Untersuchung der Geschäftsberichte	39
4.4 Vergleich mit amerikanischen Geschäftsberichten	42
4.5 Fazit	43
5. Vorgehensweise zur Veröffentlichung eines Online-Geschäftsberichts	43
5.1 Zielsetzung und Methodik	43
5.2 Datenaufbereitung und Design des Berichts	44
5.2.1 Umfang des Informationsangebots	44
5.2.2 Gestaltung des Berichts	45
5.2.3 Benutzerführung	51
5.3 Publikation und Bekanntmachung des Online-Geschäftsberichts	59
5.3.1 Voraussetzungen	59
5.3.2 Bekanntmachung der Webpräsenz	60
5.4 Erfolgsmessung der Online-Aktivität	63
6. Pro und Kontra	64
6.1 Pro	64
6.1.1 Verbesserung der Kommunikation	64
6.1.2 Entlastung des Unternehmens	66
6.1.3 Bessere Aufbereitung von Informationen	67
6.1.4 Strategische Vorteile	68
6.2 Kontra	69
6.3 Kostenvergleich:	70
6.4 Exkurs: Geschäftsberichte auf CD-ROM und Diskette	73
7. Fazit	74
Anhang	VI
Glossar	VI
Liste der 500 größten deutschen Unternehmen	XIV
Visual Basic-Code zur Erzeugung der zufälligen Permutation	XIX
Fragebogen	XX
Auswertung des Fragebogen:	XXII
Internet-Adressen	XXIII
Literaturverzeichnis	XXXI

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

Abb.	Abbildung
Abs.	Absatz (Absätze)
AICPA	American Institut of CPAs
AktG	Aktiengesetz
AOL	America Online
ARPA	Advanced Research Project Agency
Art.	Artikel
BörsZulV	Börsenzulassungsverordnung
BTX	Bildschirmtext
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
DAX	Deutscher Aktienindex
d.h.	das heißt
EDI	Electronic Data Interchange
engl.	englisch
etc.	et cetera
f.	folgende
ff.	fortfolgende
FTP	File Transfer Protocol
GAAP	Generally Accepted Accounting Principles
gem.	gemäß
GG	Grundgesetz
ggf.	gegebenenfalls
HGB	Handelsgesetzbuch
Hrsg.	Herausgeber

HTML	Hypertext Markup Language
HTTP	Hypertext Transfer Protocol
IAB	Internet Activities Board
IAS	International Accounting Standards
IRC	Internet Relay Chat
luKDG	Informations- und Kommunikationsdienstegesetz
IP	Internet Protocol
i.V.m.	in Verbindung mit
LAN	Local Area Network
MDStV	Mediendienste-Staatsvertrag
Nr.	Nummer
o.g.	oben genannt
PC	Personal Computer
RFC	Request for Comments
S.	Seite
SAS	Statement on Auditing Standards
SigG	Gesetz zur digitalen Signatur
sog.	sogenannt
TCP	Transmission Control Protocol
TDG	Teledienstgesetz
TKG	Telekommunikationsgesetz
TKP	Tausendkontaktpreis
u.a.	unter anderem, und andere
vgl.	vergleiche
WAN	Wide Area Network
WWW	World Wide Web

z.B.	zum Beispiel
z.T.	zum Teil
zw.	zwischen

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

ABBILDUNG 1: UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION (ANGABEN IN PROZENT)	34
ABBILDUNG 2: FEEDBACKFUNKTIONEN	35
ABBILDUNG 3: RESPONSE-ZEIT IN TAGEN	36
ABBILDUNG 4: ADRESSATEN DER GESCHÄFTSBERICHTE	37
ABBILDUNG 5: MIT DER VERÖFFENTLICHUNG VERFOLGTE ZIELE	38
ABBILDUNG 6: INFORMATIONSGEHALT DER GESCHÄFTSBERICHTE IM INTERNET	39
ABBILDUNG 7: BENUTZERFÜHRUNG DER GESCHÄFTSBERICHTE	41
ABBILDUNG 8: BEISPIELE ZUR VERMITTLUNG DES UNTERNEHMENSIMAGES	47
ABBILDUNG 9: AUSGESCHALTETE GRAFIK	48
ABBILDUNG 10: DARSTELLUNG BEI GERINGEN BILDSCHIRMAUFLÖSUNGEN	49
ABBILDUNG 11: LESBARKEIT IN ABHÄNGIGKEIT VON SCHRIFT UND HINTERGRUND	50
ABBILDUNG 12: EIN GESTALTUNGSVORSCHLAG	51
ABBILDUNG 13: STEUERUNGSSCHEMATA	52
ABBILDUNG 14: STEUERUNGSLEISTE MIT FESTER BILDSCHIRMPOSITION	53
ABBILDUNG 15: WICHTIGE ELEMENTE ALS STANDARDSYMBOLS MIT FESTEN POSITIONEN	54
ABBILDUNG 16: STEUERUNG DURCH EIN ZWEISTUFIGES INHALTSVERZEICHNIS	55
ABBILDUNG 17: GRENZEN ZIEHEN	56
ABBILDUNG 18: EINE HIERARCHISCH AUFGEBAUTE BILANZ	57
ABBILDUNG 19: TRENNUNG DURCH MUSTER UND FARBE	58
TABELLE 1: KOSTENVERGLEICH NACH TKP	73
TABELLE 2: VERGLEICH DREIER KOMMUNIKATIONSTECHNIKEN	VIII

1. Einleitung

"Die Schnellen fressen die Langsamen"¹. Mit diesem Satz machte Edmund Hug, der neue Chef der IBM-Landesgesellschaften, in einem kürzlich erschienenen Artikel¹ der Zeitschrift Capital auf den herrschenden Kampf um bessere Kommunikations- und Informationsinfrastrukturen aufmerksam.

Die Suche nach leistungsfähigeren Informationskanälen ist mehr als ein Trend. Sie weist vielmehr auf eine sich verändernde Gewichtung zwischen Informationen und materiellem Vermögen hin.²

Im gegenwärtigen und besonders im zukünftigen Wettbewerb wird in vielen Branchen derjenige erfolgreich sein, der über aktuellere und besser aufbereitete Informationen verfügt als seine Konkurrenten. In einer Umwelt, die von technologischen Neuerungen und ständigem Wandel geprägt ist, sind nur aktuelle Informationen und Zahlen aussagekräftig. Die Manager modern geführter Unternehmen verbessern deshalb die Ausbildung ihrer Mitarbeiter, führen Workflow- und Groupwaresysteme ein, tauschen über EDI mit Zulieferern Daten aus und stellen Internet-Zugänge für Ihre Mitarbeiter zur Verfügung.

Diese Veränderungen im innerbetrieblichen Kommunikationssystem und in der Vernetzung mit Zulieferern werden in Zukunft nicht ausreichen, um den Erfolg einer Unternehmung zu determinieren, denn auch Kunden, Mitarbeiter und Aktionäre ändern ihr Anspruchsniveau. Sie wollen schneller und komfortabler über relevante Unternehmensdaten verfügen können. Aktionäre werden in naher Zukunft Aktualität nicht mehr nur als Zusatzleistung, sondern als Grundvoraussetzung für eine Investition betrachten.

Wie die vorliegende Arbeit aufzeigt, ist es möglich, diesen zukünftigen Anforderungen schon heute gerecht zu werden. Das Internet bietet dabei eine zeitgemäße Plattform für moderne Kommunikationsstrukturen.

¹ Hug, Edmund (1997), S. 228

² Vgl. u.a. die Begründung des am 4.7.1997 verabschiedeten „Multimediasgesetzes“. Sie ist im Internet unter der Adresse <http://www.jura.uni-osnabrueck.de/ak-inet/ukdg.htm> zu finden.

1.1 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit

Für die vorliegende Arbeit wurden folgende Ausgangsfragen formuliert:

1. Welche Vorschriften und Gesetze muß ein Unternehmen beachten, das seine Geschäftsberichte im Internet publizieren möchte? Welche Regeln sollte es einhalten?

Kapitel 3 beschreibt die relevanten Bestimmungen zu diesem Thema.

2. Veröffentlichen Unternehmen bereits Geschäftsberichte im Internet? Wenn ja, welche Zielsetzungen verfolgen sie? Wie sind die vorhandenen Geschäftsberichte gestaltet?

Eine empirische Studie hierzu wird in Kapitel 4 dargestellt.

3. Wie kann ein Geschäftsbericht multimedial aufbereitet werden? Wie kann eine Unternehmung ihren Geschäftsbericht im Internet veröffentlichen?

Im 5. Kapitel werden anhand von Beispielen Grundlagen zur Planung und Gestaltung eines multimedialen, interaktiven Geschäftsberichts für das Internet beschrieben. Außerdem werden die notwendigen organisatorischen und technischen Vorarbeiten zur Realisierung eines solchen Projekts aufgezeigt, und es wird auf die Bekanntmachung der Webpräsenz und die Möglichkeiten zur Erfolgskontrolle eingegangen.

4. Unter welchen Bedingungen und für wen ist eine Publikation von Geschäftsberichten im Internet sinnvoll?

Diese Frage wird in Kapitel 6 diskutiert.

1.2 Methodik

In der vorliegenden Arbeit steht die Anwendbarkeit der Erkenntnisse im Vordergrund. Empirische Erkenntnisse in Verbindung mit Gedankengut der Grundlagenforschung werden zu **anwendbaren Verfahrensvorschlägen** für die Praxis entwickelt.

Ferner soll eine **ganzheitliche Sicht- und Denkweise** der Vielschichtigkeit der Problemstellung gerecht werden. An mehreren Stellen werden Exkurse zu angrenzenden Bereichen eingefügt.

Besonderer Nachdruck wurde auf die Verarbeitung von **aktuellen Erkenntnissen** gelegt, da im Bereich der Informationstechnologie, speziell der Online-Medien, rasante Entwicklungen stattfinden. Die dargestellten Erkenntnisse können teilweise von kurzfristiger Natur sein und sich bereits in naher Zukunft ändern. Auch die angegebenen Internet-Adressen können sich kurz nach Fertigstellung dieser Arbeit ändern oder andere Inhalte enthalten.

1.3 Untersuchungsobjekt

Sämtliche Untersuchungen und Folgerungen beziehen sich auf den veröffentlichten Geschäftsbericht, wie er in Kapitel 2, Abschnitt 1 beschrieben ist.

Ferner beschränkt sich die Betrachtung, solange kein gesonderter Hinweis erfolgt, auf börsennotierte deutsche Kapitalgesellschaften. Fallweise werden auch kleine und mittelgroße deutsche Unternehmungen sowie nicht börsennotierte deutsche Firmen betrachtet.

Im empirischen Teil wird überdies der internationale Vergleich mit dem amerikanischen „annual report“ angestellt.



2. Grundlagen

2.1 Der Geschäftsbericht

2.1.1 Historie und Begriff

Nach dem AktG von 1965 mußte ein Geschäftsbericht pflichtgemäß veröffentlicht werden. Er bildete neben der Handelsbilanz und der GuV den dritten Teil des Jahresabschlusses und war in den Lagebericht und den Erläuterungsbericht gegliedert. Die Aufgabe des Geschäftsberichtes war es, die Leser des Jahresabschlusses über den Geschäftsverlauf zu informieren sowie die Bilanz und die GuV zu erläutern.³

Seit Inkrafttreten des Bilanzrichtliniengesetz zur Umsetzung der 4. und 7. Richtlinie des EG-Rates zur Koordinierung des Gesellschaftsrechts sind die Begriffe "Geschäftsbericht" und "Konzerngeschäftsbericht" rechtlich nicht mehr kodifiziert. Sie werden weder im HGB 1985 noch im neuen AktG verwendet.⁴

Teile eines Geschäftsberichtes im Sinne des § 160 AktG 1965 finden sich dennoch auch in den neueren Gesetzen wieder. Der Erläuterungsbericht wurde in erweiterter Form als Anhang übernommen⁵, welcher nach § 264 Abs. 1 HGB den dritten Teil des Jahresabschlusses bildet und dessen Inhalt in den §§ 284 ff. HGB geregelt ist. Der Lagebericht wurde zu einem eigenständigen Teil der Rechnungslegung von Kapitalgesellschaften. Sein Inhalt ist in § 289 HGB geregelt.

Auch in der **Praxis** wird der Begriff „Geschäftsbericht“ weiter verwendet. Er bezeichnet die nach Ablauf eines Wirtschaftsjahres herausgegebene schriftliche Darstellung des Geschäftsverlaufs in der Berichtsperiode und der wirtschaftlichen Situation der Unternehmung am Ende dieses Zeitraums.⁶ Er wird auf freiwilliger Basis veröffentlicht und beinhaltet die nach § 325 HGB publizitätspflichtigen Unterlagen sowie meist noch zusätzliche Informationen. Ein Geschäftsbericht ist also ein Publizitätsmittel, welches sowohl Informations- als auch Rechenschaftsfunktionen erfüllt.

³ EISELE, W. (1993), S. 792

⁴ Vgl. z.B. KÜTING/HÜTTEN (1996), S. 2671

⁵ EISELE, Wolfgang (1993)

⁶ Vgl. WENZLER, Christian (1994), S. 3