



Finanzberichterstattung in Zeiten von Social Media

Das Internet hat die Art der (Unternehmens-)Kommunikation vollständig verändert. Während in der Vergangenheit Printmedien zur Publikation von unternehmensrelevanten Neuigkeiten vorherrschend waren, haben die jeweiligen Internet-Plattformen der Unternehmen diese Funktion mittlerweile größtenteils übernommen. Die finanzielle Berichterstattung ist hiervon maßgeblich betroffen. Der Geschäftsbericht und die in ihm vermittelten Daten stellen nach wie vor das zentrale Medium der externen Finanzberichterstattung und die Grundlage für Analysen des Unternehmens dar. Mit Blick auf die Finanzberichterstattung sind in Zukunft zahlreiche Unternehmen verpflichtet, in einem einheitlichen XBRL-Format zu berichten, wodurch der Geschäftsbericht im PDF-Format wohl mittelfristig an Bedeutung verlieren wird. Zielsetzung ist die automatisierte Analyse und Verarbeitung der publizierten Informationen, um den Informationskonsum für beispielsweise Investoren zu erleichtern. Zwangsläufig stellt sich die Frage nach der weiteren Entwicklung. Wie wird sich die Digitalisierung auf unsere Kommunikation im Allgemeinen bzw. im Speziellen auf die Unternehmenskommunikation und -berichterstattung auswirken?

von WP/StB Prof. Dr. Christian Zwirner



1. Praxis der

Finanzberichterstattung

Unternehmen sind – abhängig von ihrer Größe – gesetzlich verpflichtet, eine Vielzahl von Berichten und sonstigen Unternehmensinformationen zu publizieren. In diesem Rahmen kann exemplarisch auf den Jahresabschluss (Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung und Anhang), den Lagebericht sowie auf unterschiedliche unterjährige Berichtspflichten (Halbjahresfinanzbericht, Quartalsbericht oder Ad-hoc-Publizität) hingewiesen werden. Im Folgenden wird auf die Basiselemente der Finanzberichterstattung und der nicht-finanziellen Berichterstattung eingegangen.

Die Grundlage zur Vermittlung eines den tatsächlichen Verhältnissen entsprechenden Bildes über die Vermögens-, Finanz und Ertragslage eines Unternehmens unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung bildet der Jahresabschluss. Durch diesen sollen alle wesentlichen quantitativen (Bilanz, GuV und Anhang) und qualitativen (hauptsächlich durch den Lagebericht) Aspekte, Chancen und Risiken des abgelaufenen Geschäftsjahres erörtert werden. Der Jahresabschluss ist – ab dem Erreichen gewisser Größenkriterien – der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Gleiches gilt für den Konzernabschluss, der entweder nach HGB oder bei kapitalmarktorientierten Unternehmen nach IFRS zu erstellen ist. Der Konzernabschluss umfasst neben Bilanz, GuV und Anhang auch eine Kapitalflussrechnung, einen Eigenkapitalpiegel sowie nach IFRS bei kapitalmarktorientierten Unternehmen auch eine Segmentberichterstattung.

Im Gegensatz zu dem Jahres- oder Konzernabschluss wird der Lagebericht mit dem Zweck erstellt, bestmöglich über die Chancen und Risiken sowie die zukünftige Entwicklung des Unternehmens zu informieren. Es existieren gesetzlich keine konkreten formalen und inhaltlichen Anforderungen an die Lageberichterstattung. Die §§ 289 ff., 315 ff. HGB regeln im Allgemeinen, welche Informationen der Lagebericht zu umfassen hat, und werden hierbei durch DRS 20 flankiert.

Daneben existieren Berichte wie der Corporate Social Responsibility (CRS)-Bericht, der überwiegend Umwelt-, Arbeitnehmer- und Sozialbelange umfasst, oder auch weitere eigenständige Berichtsteile wie etwa der Corporate Governance-Bericht – dieser beinhaltet das gesamte System der Unternehmensführung und -überwachung – oder der Bericht über Gleichstellung und Entgeltgleichheit.

Unternehmen, deren Eigen- oder Fremdkapital öffentlich gehandelt werden – die also als kapitalmarktorientiert gelten –, sind außerdem zu einer periodisch wiederkehrenden unterjährigen Zwischenberichterstattung verpflichtet. Zusätzlich wird die periodisch wiederkehrende Finanzberichterstattung durch eine anlassbezogene Berichterstattung in Form der Ad-hoc-Publizität und der Veröffentlichung von Insider-Geschäften ergänzt. Die Verbindung von sozialen Netzwerken und den Verpflichtungen der Ad-hoc-Publizität könnte hierbei großes Potenzial haben. Durch die omnipräsente Verfügbarkeit und beträchtliche Nutzerzahl bieten sich soziale Netzwerke wie beispielsweise der Kurznachrichtendienst Twitter an.

Die Finanzberichterstattung steht immer wieder im Zentrum gesetzlicher Regulierungsbemühungen, was zu einer zunehmenden Komplexität in diesem Bereich führt. Zudem steigen die Anforderungen an die Berichterstattung auch hinsichtlich Aktualität und maschineller Auswertbarkeit. Herzstück wird demnach trotz aller vielversprechenden Innovationen hinsichtlich der Analyse von Datenfluten die Rechnungslegung bleiben.¹

Hinweis

Neue mediale Möglichkeiten werden die bisherige Unternehmenspublizität ergänzen. Hierzu zählen insbesondere soziale Netzwerke. Gleichzeitig müssen Unternehmensdaten so aufbereitet werden, dass sie maschinell und strukturiert auswertbar sind.

Die Erschließung neuartiger Veröffentlichungsplattformen – insbesondere soziale Netzwerke – stellt allerdings keinesfalls eine Alternative gegenüber herkömmlichen Publizitätsplattformen dar, sondern könnte vielmehr als Ergänzung zu den etablierten Berichtswegen dienen. Die bisherige Unternehmenspublizität wird demnach weiter bestehen bleiben, sie wird aber zunehmend um neue Erscheinungsformen ergänzt werden. →

¹Vgl. ausführlich Zwirner/Lindmayr, Finanzberichterstattung in Zeiten von Social Media und Digitalisierung, in: Fink/Kunath (Hrsg.), Digitale Transformation im Finanz- und Rechnungswesen, Stuttgart, 2019, S. 195 ff.

2. Ausblick und Möglichkeiten des technischen Fortschritts

Die Veröffentlichung von Geschäftsberichten in physischer Form ist zwar stark rückläufig, dennoch in der Praxis weiterhin häufig anzutreffen. Nach der physischen Verfügbarkeit der Geschäftsberichte erfolgt in der Regel das Hochladen des Geschäftsberichts auf der Unternehmens-Homepage in einer PDF-Datei. Frei von gesetzlichen Zwängen publizieren einige Unternehmen ihre Geschäftsberichte im HTML-Format. Ein nicht zu unterschätzender Nachteil dieser Berichtserstattungsform ist der damit verbundene Programmieraufwand.

Hinweis

Grundsätzlich ist die Veröffentlichung des Geschäftsberichts nicht mit der Erfüllung der Veröffentlichungspflichten im Bundesanzeiger zu verwechseln. Im elektronischen Bundesanzeiger sind weiterhin die gesetzlichen Offenlegungspflichten zu erfüllen.² Auch Social Media-Publikationen können die gesetzlichen Pflichten nicht ersetzen, sondern nur ergänzen.

Kapitalmarktorientierte Unternehmen, deren Eigen- oder Fremdkapitaltitel an einer Börse gehandelt werden, sind ab dem Jahr 2020 verpflichtet, die Berichterstattung in einem XHTML-Format zu gewährleisten. Daneben sind sogenannte XBRL-Etiketten zu verwenden. Hierbei handelt es sich um eine XML-basierte Sprache, die ausschließlich für das Finanzberichtswesen konzipiert wurde. Die Berichterstattung im XHTML-Format mit der XBRL-Etikettierung ermöglicht letztendlich ein automatisches Auslesen von Jahresabschlussinformationen.³

Hinweis

Eine Finanzberichterstattung in Echtzeit scheint künftig technisch möglich, allerdings gilt es, die Risiken und Chancen einer gegebenenfalls zu schnellen oder vielleicht auch vorschnellen Kapitalmarktinformation genau abzuwägen.

Die aktuellen Ansätze hinsichtlich der digitalen Berichterstattung sind, insbesondere im Hinblick auf die nicht-finanzielle Berichterstattung, deutlich umfassender.⁴ Hierbei ist explizit die Erfassung und Verarbeitung von komplexen Prozessen von Bedeutung. Das zusammenhängende unbearbeitete Datenmaterial ist ohne weitere Verarbeitung, die durch den technischen Fortschritt erst möglich wird, von keinerlei unternehmerischem Wert und wird erst durch neuartige Datenverarbeitungsmaßnahmen in nutzbare Informationen transformiert. Die neuartigen Datenverarbeitungsmethoden, die unter dem Oberbegriff des Data Minings zusammengefasst werden, sollen hierbei systematisch statistische Methoden anwenden, um aus dem nutzlosen Datenberg informative Trends, Muster und Zusammenhänge herauszufiltern. Eine Unterart des Data Minings ist das Process Mining. Hierbei wird das Data Mining kombiniert mit Methoden der Prozessoptimierung. Es wird die Möglichkeit geschaffen, die ausgewerteten Daten miteinander zu verknüpfen, um den Prozess anschließend visuell darzustellen.

Durch Data Mining werden Prozessinformationen über den im Unternehmensalltag gelebten Prozess gesammelt und mittels Process Mining grafisch dargestellt. Die Möglichkeiten, die sich sowohl auf den Finanzberichts Inhalt als auch auf die Darstellung der Finanzdaten ergeben, erscheinen enorm.

Inwiefern die immer stärker in den Fokus der Öffentlichkeit kommende Blockchain-Technologie die Finanzberichterstattung verändern wird, bleibt abzuwarten. Erste Tendenzen lassen für die nächsten Jahre erahnen, dass die Reportinganforderungen automatisiert und in Echtzeit erfüllt werden könnten. Ob die Praxis angesichts der damit auch verbundenen Risiken (zum Beispiel eine zu schnelle Berichterstattung) davon Gebrauch machen wird, bleibt abzuwarten.

² Vgl. grundlegend zu den Publizitätspflichten von Unternehmen Zwirner/Vodermeier, BC 2018, S. 114 ff.

³ Vgl. ausführlich Zwirner/Lindmayr, DB 2019, S. 625.

⁴ Vgl. Zwirner/Boecker, BB 2017, S. 2155 ff.

3. Zielgruppenorientierte

Berichterstattung

Der Geschäftsbericht stellt DAS Aushängeschild des Unternehmens dar und beinhaltet wesentliche Unternehmensinformationen. Die Existenz von sozialen Netzwerken wird hieran erstmal nichts ändern. Soziale Netzwerke können wohl auch in absehbarer Zeit die Simplifizierung von komplexen wirtschaftlichen Vorgängen unter Beibehaltung der notwendigen Informationstiefe nicht sicherstellen. Als „Vehikel“ zur Informationsverbreitung werden die sozialen Medien aber an Bedeutung gewinnen. Verbindungen zwischen Finanzberichterstattung und sozialen Medien bieten punktuell sicherlich sinnvolle und nutzenstiftende Kombinationsmöglichkeiten. Dass aber die sozialen Medien die Finanzberichterstattung – und somit die Informationsbedürfnisse der Jahresabschlussadressaten – maßgeblich beeinflussen, ist nicht zu erwarten. Vielmehr könnten die sozialen Netzwerke die Möglichkeiten bieten, auf die Informationsbedürfnisse unterschiedlicher Jahresabschlussadressaten individuell einzugehen.

Hinweis

Soziale Netzwerke dienen als Vehikel zur Informationsverbreitung und ermöglichen eine zielgruppen- und adressatenorientierte Ansprache. Hier liegen die Chancen der Finanzberichterstattung in der Zukunft.

Das IDW spricht hierbei von einer sogenannten „zielgruppenorientierten Berichterstattung“.⁵ Das Konzept hinter der Begrifflichkeit entstammt dem Marketing und wurde entwickelt, um kundenindividuelle Werbemaßnahmen zu ermöglichen. Hierbei werden Kunden nach demografischen Kriterien (beispielhaft: Alter, Geschlecht, Wohnort, Familienstand, Bildungsstand, Haarfarbe, Größe) und psychografischen Kriterien (beispielhaft: Lebensstil oder politische Ansichten) eingeteilt. Quasi jede Social Media-Seite kann ihre Nutzer in obige Kategorien einteilen. Die Voraussetzung für die Individualisierung von Finanzinformationen ist zwar theoretisch vorhanden, jedoch fehlt

es noch an der Erstellung und praktischen Zusammenführung von individuellen – auf den Stakeholder zugeschnittenen – Berichten. In absehbarer Zeit wird Social Media die Berichterstattung erleichtern, wobei die gesetzliche Regelkommunikation weiterhin über traditionelle Kanäle erfolgen wird.

Fazit

Der Berichterstattung bzw. der Rechnungslegung im Allgemeinen stehen weitreichende Veränderungen bevor, auf die sich sowohl Bilanzierende als auch Berater sowie auch sämtliche Adressaten der Berichterstattung einstellen müssen. Daten werden in Zukunft qualitativer, gleichzeitig gewinnt die Auswertung – auch und gerade quantitativer Daten – an Bedeutung. Die technischen Möglichkeiten erlauben zugleich eine schnellere Lesbarkeit und Vergleichbarkeit von Daten. Möglichkeiten der Digitalisierung unterstützen zudem die künftige Aufbereitung und Visualisierung von Daten. Die Finanzberichterstattung wird auch im Bereich der sozialen Medien an Bedeutung gewinnen. Finanzinformationen können adressatenorientierter und damit gezielter vermittelt werden. Zudem gibt das „Konsumentenverhalten“ diesbezüglich wertvolle Auskünfte, welche Informationen welche Zielgruppe am meisten interessieren. Das gesamte Ausmaß der künftigen Entwicklungen und die Relevanz der Finanzberichterstattung in den sozialen Medien sind indes noch nicht absehbar, sodass weiterhin im Kontext zunehmender technologischer Möglichkeiten und der voranschreitenden Digitalisierung einige ungelöste Fragen im Raum stehen, deren Beantwortung in Zukunft mit Spannung zu erwarten ist. ●



WP/StB Prof. Dr. Christian Zwirner ist Geschäftsführer der Dr. Kleeberg & Partner GmbH WPG StBG, München und Honorarprofessor der Universität Ulm. Er beschäftigt sich schwerpunktmäßig mit Grundsatzfragen der nationalen und internationalen Rechnungslegung sowie mit Fragen der Unternehmensbewertung. Prof. Dr. Zwirner vertritt Kleeberg in verschiedenen Gremien. Hierdurch pflegt die Kanzlei den Transfer zwischen Wissenschaft und Praxis. Christian.Zwirner@crowe-kleeberg.de www.kleeberg.de

⁵ Vgl. IDW, Positionspapier zu Bestandteilen der externen Berichterstattung und zur Reichweite ihrer Prüfung, 2018, S. 24 f.