

# Der Geschäftsbericht als PR-Instrument der GmbH

Dipl.-Vw. Lothar Volkelt, Freiburg

## Auf einen Blick

**Immer mehr mittelständische Unternehmen finanzieren sich über den Kapitalmarkt. Ob private Beteiligungsgesellschaften, stille Beteiligungen oder so genanntes Mezzanine-Kapital: Das mittelständische Unternehmen muss dazu in die Offensive gehen – und für sich, seine Produkte, das Management und die Organisation „werben“. Die privaten Anleger erwarten mehr als den gesetzlich vorgeschriebenen Jahresabschluss. Der aussagefähige und gut umgesetzte Geschäftsbericht ist ein wesentlicher Bestandteil einer systematischen PR – auch zur Erreichung anderer Ziele der GmbH.**

## Die häufigsten Fallen

### 1. Der Geschäftsbericht wird vom Marketing gemacht

Inhalt und Machart werden von den Bedürfnissen des Marketing bestimmt. Die Sachinformationen über das Unternehmen geraten in den Hintergrund. Analysen zeigen, dass die Leser eines Geschäftsberichts in erster Linie am Zahlenwerk und den wirtschaftlichen Analysen des Unternehmens interessiert sind. Trotzdem: Der Geschäftsbericht darf leicht lesbar, übersichtlich und gut aufgemacht sein.

### 2. Der Geschäftsbericht ist nicht mehr aktuell

Der Geschäftsbericht ist der Rechenschaftsbericht für das abgelaufene Geschäftsjahr. Er hat also nur begrenzte Aussagekraft für den Ist-Zustand des Unternehmens. Ein schlechtes Bild wirft es allerdings auf das Unternehmen, wenn Interessenten ein noch älterer Geschäftsbericht ausgehändigt werden muss – weil ein aktueller nicht oder nicht mehr vorhanden ist. Das lässt sich vermeiden:

- Der Geschäftsbericht sollte zeitnah erstellt werden – innerhalb des ersten Quartals nach Ablauf des Geschäftsjahres. In vielen Unternehmen wird der Jahresabschluss aber erst später erstellt. Auch dieser Termin muss dann zeitnah umgestellt werden.
- Planen Sie eine Auflage in einer Höhe, so dass auch für ungeplante Interessenten oder Nachfrager noch Exemplare vorhanden sind.

### 3. Informationen werden nicht deutlich abgegrenzt

Der Geschäftsbericht ist keine „Image-Broschüre“. In erster Linie vermittelt er sachliche Informationen über die wirtschaftliche Lage des Unternehmens, über Produkte, Produktionsvorhaben und sonstige betriebliche Vorgänge. Aber auch andere Informationen aus dem Unternehmen (z. B. Mitarbeiter) und dem Umfeld des Unternehmens (Sponsoring) können und dürfen im Geschäftsbericht dargestellt werden. Wichtig ist dazu:

- Sach-Informationen müssen von Umfeld- und sonstigen Informationen deutlich abgegrenzt werden.
- Gliederung des Geschäftsberichts: Begrüßung, aktuelle Zahlen (Bilanz, Lagebericht, Anhang, GuV), sonstige Unternehmens- und Branchen Informationen, Informationen aus dem Unternehmens-Umfeld.

### 4. Fehler im Geschäftsbericht

Ausgesprochen unangenehm ist es, wenn falsche Zahlen, falsch geschriebene Namen oder unrichtige Sachverhalte im Geschäftsbericht abgedruckt werden. Das lässt sich vermeiden, indem der letzte Korrekturlauf des Geschäftsberichts vor der endgültigen Druckfreigabe nach dem doppelten Zwei-Augen-Prinzip geprüft wird:

- Zwei unabhängige Korrekturen für Rechtsschreibung und Satz, und zwar eine unternehmensinterne und eine unternehmensexterne Person.

- Zwei unabhängige Korrekturen für Zahlen, Namen und Fakten, und zwar eine unternehmensinterne und eine unternehmensexterne Person. In der Praxis wird diese „Fehlerquelle“ leider oft unterschätzt.

### **5. Der Geschäftsbericht ist zu teuer**

Wenn die Geschäftsführung keine eigenen Vorstellungen für die Erstellung eines Geschäftsberichts hat und keine Vorgaben dazu macht, entstehen für die Konzeption, Planung und Herstellung eines Geschäftsberichts in der Regel hohe Kosten. Wichtig ist es, konkrete Vorgaben über die Ausführung des Geschäftsberichts zu machen (Briefing) und mit einer Agentur zusammenzuarbeiten, die bereits Erfahrung mit der Erstellung von Geschäftsberichten hat (Referenzkunden).

- Wie für andere Beschaffungen auch, müssen mindestens zwei Angebote für die Erstellung des Geschäftsberichts eingeholt werden.

## **1. Bedeutung des Geschäftsberichts**

Die „Hamburger Geschäftsberichte GmbH & Co. KG“ hat in einer aufwändigen Untersuchung die Kriterien ermittelt, die für die Anleger bei einem Geschäftsbericht wichtig sind. Dazu wurden 225 Personen und Institutionen befragt. Die Ergebnisse:

- Private Anleger lassen sich weniger durch schwer verdauliche Texte abschrecken als institutionelle Anleger.
- Fast alle Anleger erwarten Aussagen zur zukünftigen Entwicklung des Unternehmens.
- Jedoch halten alle Anleger die Konzentration des Geschäftsberichtes auf das abgelaufene Geschäftsjahr für sehr wichtig.
- Über 70 Prozent der potenziellen Anleger lesen in einem Geschäftsbericht für mindestens eine Viertelstunde, 60 Prozent für eine halbe Stunde und länger.
- Institutionelle Anleger wünschen sich eine attraktive Ausgestaltung und Aufmachung des Geschäftsberichts – inkl. farbiger Abbildungen, übersichtlicher Grafiken usw.
- Verbreitet ist der Wunsch nach einheitlicher und damit nachvollziehbarer Rechnungslegung.

### **Tip: Festlegen des Verteilers**

Für eine optimale Aufmachung und Gestaltung des Geschäftsberichtes kommt es also darauf an, wer liest und welche Ziele damit erreicht werden sollen. Die Geschäftsführung sollte zunächst eine Liste der Personen und Institutionen zusammenstellen, die den Geschäftsbericht der GmbH erhalten werden. Danach sind Inhalt, Aufmachung, Ausführlichkeit und Verständlichkeit der Darstellung des Geschäftsberichts zu bestimmen.

Adressaten des Geschäftsberichts sind:

- Banken
- private Anleger
- Anteilseigner
- Geschäftspartner
- Journalisten, Wirtschaftsjournalisten
- (zukünftige) Arbeitnehmer
- Wirtschaftsverbände, Branchenverband
- Institutionen (IHK, Handwerkskammer, Universitäten usw.)
- politische Institutionen (Parteien, Amtsträger)

### **Achtung**

Der Geschäftsführer einer mittelständischen GmbH muss davon ausgehen, dass der sachliche und faktische Informationsgehalt des Geschäftsberichtes für alle Leser eindeutig im Vordergrund steht. Das heißt nicht, dass eine bebilderte und aufgelockerte Darstellung nicht möglich ist. Eine solche Aufbereitung sollte aber in erster Linie dazu dienen, die Sachinformationen leichter erfassbar und besser verstehbar zu machen. Erst in zweiter Linie hat die Aufmachung Bedeutung für Image und Ausstrahlung des Unternehmens.

## **2. Leitlinien für die Erstellung eines Geschäftsberichts**

Für die Erstellung des Geschäftsberichts sind die folgenden Qualitäts-Kriterien zu berücksichtigen:

- klare Definition der Zielgruppe: Tiefe statt Breite
- Bekenntnis zu einer klaren Leitidee: Führung statt Informationswirrwarr
- offensive und zukunftsorientierte Berichterstattung: Vision statt Tradition
- Wesentliches von Unwesentlichem trennen: Konzentration statt Manipulation
- Stärken ausspielen und Schwächen erläutern: Selbstbewusstsein statt Resignation
- Internationale Rechnungslegung: Transparenz statt Versteckspiel
- deutliche Sprache: Prägnanz statt Arroganz
- überzeugendes Bildkonzept: Kunstwerk statt Stückwerk
- schnell erfassbare Grafiken und Tabellen: Überblick statt Detailverliebtheit
- Spaß an Produkt und Produktion vermitteln: Emotion statt Nüchternheit

Kriterien nach: PR-Agentur Kammann & Kuhn GmbH, Köln

## **3. Inhalt des Geschäftsberichts**

Der Geschäftsbericht enthält die wichtigsten Zahlen über den Geschäftsverlauf und die Aktivitäten eines Unternehmens. Er ist gesetzlich nicht definiert. Im Geschäftsbericht können daher die für die Rechenschaftslegung gesetzlich vorgeschriebenen Angaben wie Jahresabschluss, Anhang und Lagebericht stehen. Häufig enthält er jedoch darüber hinaus freiwillige Angaben und Berichte, die der Selbstdarstellung des Unternehmens dienen.

Werden beide Angaben in einem Geschäftsbericht veröffentlicht, muss die gesetzlich vorgeschriebene Rechenschaftslegung klar von den freiwilligen – eher Public-Relations-orientierten – Angaben getrennt sein.

Zusätzliche Themen für die Berichterstattung im Geschäftsbericht:

- Ausbildung im Unternehmen
- Soziales Engagement
- Sponsoring
- Betriebsveranstaltungen
- Kinderbetreuung, Senioren

## **4. Quartals- oder Jahresberichterstattung**

Für börsennotierte Kapitalgesellschaften gelten strenge Publizitätsvorschriften, auch bezüglich der Berichterstattung während des Geschäftsjahres. Zu wirtschaftlich besonderen Ereignissen müssen sog. Ad-hoc-Mitteilungen veröffentlicht werden – z. B., wenn die prognostizierten Zahlen gegenüber den Ist-Zahlen starke Abweichungen aufweisen (Gewinn-Warnungen oder Ähnliches).

Viele dieser Unternehmen sind dazu übergegangen, Ihre Anleger und die Öffentlichkeit vierteljährlich mit mehr oder weniger ausführlichen Geschäftsberichten über die Entwicklung des Geschäftsverlaufes zu informieren.

Dieses aufwändige Berichtswesen ist für die Mehrzahl der mittelständischen GmbHs nicht geeignet. Es ist zu aufwändig und schießt in der Regel über das beabsichtigte Informationsziel weit hinaus – es dient meist der Selbstdarstellung der Unternehmensleitung – nicht aber tatsächlich den Bedürfnissen der externen Informationssuchenden. In den meisten Fällen genügt es, wenn die Zahlen und Fakten aus dem gesetzlich vorgeschriebenen Jahresabschluss der GmbH in ansprechender Form publiziert werden.

Nur in Ausnahmefällen ist es deshalb für mittelständische Unternehmen sinnvoll, einen Geschäftsbericht auch außerhalb des Jahreszyklus zu veröffentlichen:

- Die GmbH braucht kurzfristig neues Kapital. Zu diesem Zweck müssen potenzielle Anleger über die aktuellen Zahlen und die geplanten Maßnahmen und Ziele unterrichtet werden.
- Geschäftspartner erwarten, dass Sie sich als mittelständischer Zulieferer am Berichtswesen des Konzerns orientieren und in entsprechenden Berichtszyklen informieren.

**Tipp: Geschäftsberichte rechtzeitig erstellen und präsentieren**

Die Geschäftsführung sollte auf jeden Fall Sorge dafür tragen, dass der Geschäftsbericht zeitnah nach Ablauf des Geschäftsjahres erstellt wird und allen Interessierten unmittelbar zugestellt wird (1. Quartal). Die Präsentation des Geschäftsberichtes anlässlich eine Pressekonferenz, zu der die Vertreter der regionalen Wirtschaftspresse, aber auch Vertreter der Hausbank und anderer Banken eingeladen werden, sind hilfreich und zweckdienlich.

**5. Der Jahresabschluss als Grundlage des Geschäftsberichts**

Alle Informationen, die im Jahresabschluss der GmbH enthalten sind, sind hervorragend dazu geeignet, als Informationsquelle bzw. Texte für den Geschäftsbericht über Ihr Unternehmen verwendet zu werden. Damit können Sie Ihr Unternehmen gegenüber Kreditinstituten, Gemeinde und Behörden, aber auch bei der Suche nach neuen Mitarbeitern umfassend, sachlich und professionell informieren.

Besonders geeignet zur Verwendung im Geschäftsbericht sind die Informationen, die mittelgroße und große Unternehmen (siehe unten) in der Rechtsform GmbH insbesondere im Lagebericht veröffentlichen. Bei der Erstellung der Inhalte für den Geschäftsbericht ist es sinnvoll, sich an den Publizitätsvorgaben für große GmbHs zu orientieren.

**Übersicht: GmbH-Größenklassen**

|                  |  |
|------------------|--|
| kleine GmbH      | Bilanzsumme bis 6.000.000 Euro<br>Umsatzerlöse bis 12.000.000 Euro<br>Mitarbeiter bis 50                         |
| mittelgroße GmbH | Bilanzsumme 6.000.000 bis 20.000.000 Euro<br>Umsatzerlöse 12.000.000 bis 40.000.000 Euro<br>Mitarbeiter 51 – 250 |
| große GmbH       | Bilanzsumme mehr als 20.000.000 Euro<br>Umsatzerlöse mehr als 40.000.000 Euro<br>Mitarbeiter mehr als 250        |

**5.1 Die Bestandteile des GmbH-Jahresabschlusses**

Den Gesellschaftern ist der gesamte Jahresabschluss vorzulegen. Dieser besteht aus:

- Bilanz
- Gewinn- und Verlustrechnung
- Anhang
- und Lagebericht (je nach Größenklassen)

Prüfungspflichtige GmbHs müssen zusätzlich den Prüfungsbericht des Abschlussprüfers den Gesellschaftern vorlegen. Vorzulegen sind auch freiwillige Prüfungsberichte.

Für kleine, mittelgroße und große GmbHs gelten unterschiedliche Anforderungen für Rechnungslegung, Prüfung und Publizität des Jahresabschlusses.

#### **Übersicht: Erleichterungen für kleine GmbHs**

Es muss nur eine stark verkürzte Bilanz aufgestellt werden (§ 266 HGB).

Es muss nur ein stark verkürzter Anhang aufgestellt werden (§ 288 HGB).

Es entfallen (§ 274a HGB): Aufstellung eines Anlagengitters, Erläuterung bestimmter Forderungen im Anhang, Erläuterung bestimmter Verbindlichkeiten im Anhang, der gesonderte Ausweis eines Disagios, Erläuterungen der Kosten für Ingangsetzung und Erweiterung des Geschäftsbetriebes, Erläuterungen zu außerordentlichen Aufwendungen und Erträgen.

Es muss keine Abschlussprüfung vorgenommen werden.

Ein Lagebericht ist nicht aufzustellen.

Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nicht offen zu legen (§ 326 HGB).

Es besteht lediglich Registerpublizität (Unterlagen sind nur auf Antrag beim Handelsregister einsehbar).

Auch für mittelgroße GmbHs gelten Erleichterungen: Sie müssen lediglich eine verkürzte Gewinn- und Verlustrechnung aufstellen. Umsatzerlöse können mit bestimmten Aufwendungen saldiert werden. Der Anhang kann in verkürzter Form aufgestellt werden. Zusätzliche Erleichterungen gelten für die Offenlegung. Es ist lediglich die verkürzte Bilanz und der zusätzlich verkürzte Anhang offen zu legen. Die Unterlagen sind zur Veröffentlichung lediglich dem Handelsregister einzureichen, und die Einreichung der Unterlagen ist im Bundesanzeiger bekannt zu machen (Registerpublizität).

Große GmbHs müssen einen Jahresabschluss (Bilanz, GuV, Anhang) und einen Lagebericht aufstellen und prüfen zu lassen. Jahresabschluss, Lagebericht, Vorschlag für sowie Beschluss über die Ergebnisverwendung und der Bestätigungsvermerk oder der Vermerk über dessen Versagung sind im Bundesanzeiger bekannt zu machen. Für die Bilanz und die Gewinn- und Verlustrechnung ist ein gesetzlich einheitliches Gliederungsschema vorgeschrieben. Der Anlagespiegel ist nach der Bruttomethode aufzustellen. Bei jeder Forderung sind die Beträge mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr, bei jeder Verbindlichkeit die Beträge mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr gesondert zu vermerken. In der Bilanz dürfen keine Wertberichtigungen ausgewiesen werden. Gesamt- und Umsatzkostenverfahren sind zulässig.

## **5.2 Der Anhang als Informationsquelle des Geschäftsberichts**

Der Anhang hat die Aufgabe, ergänzende Angaben zur Bilanz und zur Gewinn- und Verlustrechnung zu machen. Die Gliederung des Anhangs ist gesetzlich nicht vorgeschrieben. In der Praxis hat sich folgende Darstellung bewährt und durchgesetzt:

- Allgemeines
- Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze
- Erläuterungen zur Bilanz
- Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung
- sonstige Angaben

### **Achtung**

Die Einzeldarstellung ist in der Praxis Aufgabe der Fachabteilung bzw. des Steuerberaters, der die Bilanz erstellt. Die Aufgabe des Geschäftsführers besteht darin, die wesentlichen Grundlagen zu prüfen und sich die Vollständigkeit und Richtigkeit der Angaben und Erläuterungen bestätigen zu lassen. Alle Angaben im Geschäftsbericht sollten vor der Freigabe zum Drucken nochmals fachkundig geprüft werden (Steuerberater, kaufmännische Leistung).

Bei der mittleren und großen GmbH (nicht bei der kleinen GmbH) sind im Anhang Angaben über die Gesamtbezüge (Vergütungen) der Mitglieder der Geschäftsführung, der Aufsichtsorgane, des Beirats und ähnlicher Einrichtungen sowie die Gesamtbezüge der früheren Mitglieder der oben bezeichneten Organe und ihrer Hinterbliebenen dazustellen (Altersvergütung, Hinterbliebenenrenten usw.) (§ 285 Nr. 9a und b HGB). Dabei geht es nur um die Bezüge des Gremiums insgesamt und nicht um die Bezüge der einzelnen Mitglieder.

### **Tip: Keine Offenlegung von Bezügen**

Die Angaben über die Gesamtbezüge der Mitglieder der Geschäftsführung oder eines Beirats müssen nicht offen gelegt werden, wenn sich dadurch die Bezüge eines Mitglieds dieser Organe feststellen lässt (§ 286 HGB). Außerdem entfällt die Verpflichtung, Angaben über die Ergebnisverwendung zu machen, wenn sich anhand dieser Angaben die Gewinnanteile von natürlichen Personen feststellen lassen (§ 325 Abs. 1 Satz 1 HGB).

## **5.3 Der Lagebericht als Informationsquelle des Geschäftsberichts**

Mittelgroße und große GmbHs haben neben der Bilanz, der Gewinn- und Verlustrechnung und dem Anhang einen Lagebericht aufzustellen. Sie müssen den Lagebericht in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres für das vorangegangene Geschäftsjahr erstellen. Kleinen GmbHs ist es freigestellt, einen Lagebericht aufzustellen.

Der Lagebericht muss den Geschäftsverlauf und die Lage der GmbH so darstellen, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird. Außerdem muss der Lagebericht eingehen auf:

- Vorgänge von besonderer Bedeutung, die nach Schluss des Geschäftsjahres eingetreten sind (sofern vorhanden)
- die voraussichtliche Entwicklung der GmbH
- den Bereich Forschung und Entwicklung (sofern vorhanden)
- bestehende Zweigniederlassungen der GmbH (sofern vorhanden)

Für die Gestaltung des Lageberichts gibt es keine formellen Vorgaben. Allerdings muss er klar und übersichtlich sein. Hier ein Überblick über die möglichen Einzelangaben zu den einzelnen Berichtsbe-  
reichen:

## **5.4 Angaben zum Geschäftsverlauf der GmbH**

Bei der Beschreibung des Geschäftsverlaufs soll dargestellt werden, wie sich die GmbH im Laufe des Geschäftsjahres entwickelt hat, und welche Umstände zu dieser Entwicklung geführt haben.

Dazu bietet es sich an, zunächst einen allgemeinen Überblick über die Historie der GmbH zu geben, wobei auch die Geschäftsfelder der GmbH aufgeführt werden sollten. In diesen kurzen allgemeinen Überblick können auch gesamtwirtschaftliche Rahmendaten des Geschäftsjahres mit einbezogen werden. Anschließend ist dann über den konkreten Ablauf des Geschäftsjahres zu informieren, wobei es beispielsweise möglich ist, sich an den einzelnen Schritten der Leistungserstellung in der GmbH zu orientieren.

### **Beispiele: Angaben zum Geschäftsverlauf**

- Auftragseingang und Auftragsbestand mit Vergleichen zu den Vorjahren

- Beschaffungssektor: Entwicklung der Beschaffungspreise, Versorgungslage bei Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen sowie zur Lagerhaltung
- Produktionsbereich: Kapazitätsauslastung, Rationalisierungsmaßnahmen, das Produktionsprogramm sowie Veränderungen
- Absatzbereich: die Entwicklung der Absatzmengen, der Umsätze oder Marktanteile
- Investitionen und Finanzierung: begonnene Investitionsmaßnahmen, Kapitalbeschaffung, Kreditpolitik und Entwicklung des Zinsniveaus und der Zinsbelastung
- Personal- und Sozialwesen: Mitarbeiterzahl und -fluktuation, Lohn- und Gehaltsentwicklung, Arbeitszeit, betriebliche Altersversorgung, Tarifregelungen, Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen usw.
- Besondere Einzelaspekte während des Geschäftsverlaufs, z. B. Gründungen von Zweigniederlassungen, Ereignisse bei verbundenen Unternehmen u. ä.

Daneben können Angaben zu folgenden wirtschaftlichen Sachverhalten gemacht werden:

| <b>Angaben ...</b>    | <b>Beispiele</b>  |
|-----------------------|---|
| ... zur Lage der GmbH | <p>Angaben zur Lage der GmbH beziehen sich vor allem auf deren Vermögens-, Finanz- und Ertragslage. Sachlogisch schließen diese Angaben unmittelbar an die Entwicklung im vorangegangenen Geschäftsjahr an. Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Bilanzstruktur, wobei auf wesentliche Veränderungen in den Relationen von Anlage- zu Umlaufvermögen und von Eigen- zu Fremdkapital eingegangen werden kann</li><li>▪ Eigenkapitalausstattung, Fremdkapitalausstattung und Rentabilität</li><li>▪ Liquidität, Verschuldungsgrad und Cash-flow</li><li>▪ schwebende Geschäfte und noch nicht abgeschlossene Projekte</li><li>▪ wichtige Planungen und Vorhaben</li></ul> |

|  |  |
|--|--|
| ... zu Vorgängen von besonderer Bedeutung nach Schluss des Geschäftsjahres | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Umsatzeinbußen oder erhebliche Preissteigerungen auf Beschaffungsmärkten</li> <li>▪ sinkende Preise auf Absatzmärkten</li> <li>▪ Kündigungen oder Abschlüsse <b>von</b> wichtigen Verträgen</li> <li>▪ erhebliche Verluste, z. B. aus Insolvenzen von Kunden, verlorenen Schadensersatzprozessen oder Veränderungen auf wichtigen Märkten</li> <li>▪ Anschaffungen oder Verkäufe von Grundstücken oder Beteiligungen usw.</li> </ul>                                      |
| ... zur voraussichtlichen Entwicklung der GmbH                             | Hierzu schreibt das Gesetz nicht vor, welche Angaben im Einzelnen zu machen sind. Daher kommt es auf die Einschätzung der GmbH-Geschäftsführung an, wie die künftige Entwicklung der GmbH gesehen wird. Diese Prognose kann sich auf folgende Bereiche beziehen: die Entwicklungstendenzen innerhalb der GmbH, z. B. hinsichtlich Produktion, Absatz, Personal, Fertigungsanlagen, Forschung und Entwicklung oder auf die Entwicklungstendenzen außerhalb der GmbH, z. B. auf Absatz- und Beschaffungsmärkten usw. |
| ... zu Forschung und Entwicklung   | Diese können sich darauf beziehen, welche Forschungseinrichtungen die GmbH unterhält, wie viele Mitarbeiter in diesem Bereich eingesetzt werden, und mit welchen Zielsetzungen die Forschung und Entwicklung betrieben wird. Angaben über die Höhe der Aufwendungen für Forschung und Entwicklung sind nicht erforderlich.   |
| ... zu Tochtergesellschaften, Beteiligungen und Zweigniederlassungen       | Hier sind Angaben zur wirtschaftlichen Entwicklung und zur Anzahl der Mitarbeiter zu machen.   |

## 6. Übersicht: Herstellung des Geschäftsberichts

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <b>Herstellung/Produktion</b> | Interne Produktion nur, wenn das Unternehmen eine leistungsfähige Marketing-Abteilung mit Erfahrungen im Umgang mit Layout- bzw. Druck-Vorstufen-Software hat (z. B. Indesign, Quark-X-Press). In allen anderen Fällen sollte ein entsprechender Auftrag an eine PR-Agentur vergeben werden (Referenz-Produkte vorlegen lassen) |
| <b>Umfang</b>                 | 16 bis max. 40 Seiten.<br>(Bogenmaß 8 Seiten beachten)<br>ab 32 Seiten von Rückstichheftung auf Klebebindung umsteigen  |
| <b>Aufmachung</b>             | 4-farbig oder schwarz/weiß plus Hausfarbe<br>Format DIN A4<br>hochwertiges Papier<br>Umschlag bzw. Titelseite kann durch Drucklackierung oder Prägung den ersten Eindruck verstärken.   |



|                  |   |
|------------------|---|
| <b>Konzepte</b>  | Erstellen eines individuellen Konzepts mit allen wichtigen Inhalten. Keine Verwendung eines Standard-Konzepts.  |
| <b>Layout</b>    | Einhalten der CI-Richtlinien.<br>Das Auge sollte Platz zum Ausruhen haben. Die Seiten sollten nicht mit text überfrachtet werden.   |
| <b>Text</b>      | Nicht alle Leser kennen die branchenüblichen Fachbegriffe. Texte sollten unbedingt von Externen gegengelesen werden. Oder: Die Texterstellung erfolgt durch einen PR-Fachmann oder einen freien Fach-Journalisten.  |
| <b>Fotos</b>     | Bilder sagen mehr als Worte. Fotograf beauftragen statt Laienfotos<br>Bei digitalen Bildern die Auflösung beachten (300 dpi).<br>Auch Schwarzweiß-Bilder können gute Effekte bringen.   |
| <b>Auflage</b>   | Abhängig von Kundenstruktur und Öffentlichkeits-Intensität des Unternehmens.<br>Die Auflage sollte anhand der Anzahl der Kunden, Lieferanten, Presse-Kontakte, Banken, Geschäftsfreunde, Interessierten ermittelt werden. Wir empfehlen, eher knapp zu kalkulieren.<br>Bei einer Auflage bis zu 500 ist eine Herstellung im Digital-Druck kostengünstiger als im herkömmlichen Offsetdruck. |
| <b>Kosten</b>    | Abhängig von der Auflagenhöhe. Beispiel: Für einen 28-seitigen Geschäftsbericht in guter Qualität bei einer Auflage von 1.000 Stück entstehen ca. folgende Kosten:<br>Vorbereitung/Konzeption: 3.000 – 5.000 Euro<br>Satz/Text/Bild/Grafik: 6.000 – 10.000 Euro<br>Druck: 2.000 – 3.000 Euro<br>Gesamtkosten: 11.000 – 18.000 Euro  |
| <b>Angebote</b>  | Wie für andere Beschaffungen auch, müssen mindestens zwei Angebote für die Erstellung des Geschäftsberichts eingeholt werden.   |
| <b>Beispiele</b> | Beispiele für die mustergültige deutschsprachige Geschäftsberichte gibt es im Internet unter -> <a href="http://geschaeftsberichte.getthereport.com/">http://geschaeftsberichte.getthereport.com/</a>   |

## 7. Rechtsquellen

|                    |                  |
|--------------------|------------------|
| Anhang             | §§ 284 – 288 HGB |
| GmbH-Größenklassen | § 267 HGB        |
| Jahresabschluss    | §§ 242 ff. HGB   |
| Lagebericht        | § 264 Abs. 1 HGB |