Value Reporting via Internet – Eine empirische Analyse

Bachelorarbeit

in

Banking und Finance

am

**Institut für schweizerisches Bankwesen
der Universität Zürich**

bei

PROF. DR. ALEXANDER WAGNER

Verfasser: MANUEL GERHARD

Abgabedatum: 01. Juli 2010

Executive Summary

Problemstellung

Value Reporting – Die Offenlegung von unternehmensspezifischen Daten hat zum Ziel, Informationsasymmetrien abzubauen, Agency Probleme und Unternehmenskrisen vorzubeugen. Value Reporting wird im klassischen Sinn mit dem jährlichen Geschäftsbericht betrieben. Die Auswirkungen der Offenlegung von Daten in Geschäftsberichten wurden bereits vielfach analysiert. Frühere Forschungen und Untersuchungen lassen vermuten, dass Firmen in hohem Mass von der freiwilligen Offenlegung von Informationen profitieren. Inzwischen werden Informationen und Geschäftsberichte von Unternehmen verstärkt im Internet publiziert. Informationen und Geschäftsberichte von Unternehmen werden in den letzten Jahren vermehrt im Internet publiziert. Analysen zur Offenlegung der genannten Informationen im Internet sind bisher aber weniger verbreitet. Diese Bachelorarbeit versucht zu eruieren, welchen Einfluss die Qualität der Offenlegung auf die Unternehmensperformance hat. Ziel ist die Erforschung möglicher Einflüsse von Internet Value Reporting.¹ Dafür werden die Daten aus dem vom Institut für Schweizerisches Bankwesen jährlich durchgeführten Geschäftsberichtsrating zahlreicher Schweizer Unternehmen über einen Zeitraum von zehn Jahren ausgewertet

Vorgehen

In einem ersten Schritt werden die Daten auf Fehler überprüft. Danach kann das Vorgehen in drei Untersuchungsteile gegliedert werden: In einem ersten Teil wird der Zusammenhang zwischen dem Bewertungskriterium „Internet Investor Relations“ und anderen Kriterien (wie z.B. *Hintergrundinformationen*, *Nachhaltigkeit* und *Wertorientierte Führung*) betrachtet. Der zweite Teil widmet sich drei Charakteristiken von Unternehmen: Marktkapitalisierung, Umsatz und Anzahl der Mitarbeiter. Untersucht werden Zusammenhänge zwischen den genannten Grössen und der Qualität von Internet Value Reporting. Im dritten Teil wird mittels einer Portfolio-Analyse das eigentliche Forschungsziel untersucht: Hier stellt sich die Frage, ob die Qualität der freiwilligen Offenlegung im Internet einen Einfluss auf den Erfolg eines Unternehmens hat.

¹ Unter Internet Value Reporting wird in diesem Kontext die freiwillige, wertorientierte Berichterstattung von Unternehmen im Internet verstanden. Ziel ist der Abbau von Informationsasymmetrien und die Steigerung des Unternehmenswertes.

Dazu werden die Unternehmen in unterschiedliche Portfolios aufgeteilt, mit welchen die Analyse durchgeführt wird.

Resultate

Bei der Analyse der Bewertungskriterien wird deutlich, dass die untersuchten Kriterien einen wesentlichen Einfluss auf die Qualität des Internet Reporting haben. Dennoch gibt es kein spezifisches Kriterium, welches sich von den anderen Kriterien abhebt. Das Kriterium *Wertorientierte Führung* nimmt einen signifikanten Stellenwert ein. Unternehmen mit einer hohen Offenlegung von Informationen zur wertorientierten Führung im Geschäftsbericht schneiden beim Internetauftritt meistens überdurchschnittlich ab. Die Konzentration auf die Shareholder und auf die Interessen der Kapitalgeber spiegelt sich demnach auf der Internetpräsenz wider.

Bei der Betrachtung der Unternehmenscharakteristiken *Marktkapitalisierung*, *Umsatz* und *Anzahl der Mitarbeiter* fällt auf, dass alle drei Bereiche in Bezug zur Unternehmensgrösse stehen. Die Ergebnisse zeigen, dass die Qualität des Internet Value Reporting von der Grösse der Unternehmen abhängt. Internet Value Reporting scheint erst ab einer bestimmten Grösse lohnenswert zu sein. Möglicherweise stellen die Kosten für einen Internetauftritt für kleinere Unternehmen ein Hindernis dar.

Aus der Portfolio-Analyse lassen sich folgende Ergebnisse zusammenfassen: Mit Strategien, die auf der Qualität von Internet Value Reporting basieren, können teilweise gute Renditen erwirtschaftet werden. Die Analyse der gesamten Stichprobe erbringt jedoch nicht den gewünschten Beweis, dass ein Investor überdurchschnittliche Renditen bei Unternehmen mit höherer Internet Reporting Qualität erwirtschaften kann. Lediglich die Messung und Zusammenstellung der Portfolios nach Anzahl der Analystenreporte zeigt, dass es für Unternehmen, die in einem Umfeld mit wenigen Analysten agieren, lohnenswerter sein kann, qualitatives Reporting im Internet zu betreiben.

Allgemeine Beurteilung

In der vorliegenden Arbeit wird aufgezeigt, dass Value Reporting im Internet einen gewissen Einfluss auf den Erfolg eines Unternehmens hat. Die Qualität von Internet Value Reporting hängt dabei insbesondere von der Unternehmensgrösse ab. Internet Value Reporting ist des Weiteren an weitere Kriterien gebunden. Mit der Aufteilung der bewerteten Unternehmen in

Portfolios konnte mindestens eine lohnenswerte Strategie ermittelt werden – in Form einer Empfehlung hinsichtlich der Analystenanzahl. Es konnte jedoch nicht nachgewiesen werden, dass mit hoher Internet Reporting Qualität eine überdurchschnittliche Performance erreicht wird. Der Aktienkurs wird von diversen Parametern beeinflusst und spiegelt nur einen kleinen Anteil der Qualität von Internet Value Reporting wider. Eine Bewertung kann zudem nur auf subjektiver Basis erfolgen. Die korrekte Ermittlung der Renditen aus den Portfolios basiert teilweise auf Annahmen, die von der Realität weit entfernt sein können. Schlussendlich wäre es möglich, dass durch einen fehlerhaften Kriterienkatalog des Geschäftsberichtsratings Bewertungsfehler entstehen bzw. die Qualität der Homepage nicht adäquat bestimmt werden kann.