

ZfTM-Work in Progress Nr. 63:

**Externe Berichterstattung über immaterielle Vermögenswerte  
bei Telekommunikationsnetzbetreibern**

Torsten J. Gerpott\*/Sandra E. Thomas\*\*

© 2005

\* Univ.-Prof. Dr. Torsten J. Gerpott, Lehrstuhl Planung & Organisation, Schwerpunkt Telekommunikationswirtschaft, Universität Duisburg-Essen, Lotharstr. 65, 47057 Duisburg.

\*\* Dipl.-Kff. Sandra E. Thomas, Lehrstuhl Planung & Organisation, Schwerpunkt Telekommunikationswirtschaft, Universität Duisburg-Essen, Lotharstr. 65, 47057 Duisburg.



## Work in Progress

für die Telekommunikations- und Medienwirtschaft

---

ZfTM-Work in Progress ist eine Schriftenreihe des Förderkreises Zentrum für Telekommunikations- und Medienwirtschaft e.V. Alle Angaben erfolgten nach bestem Wissen, jedoch ohne Gewähr für Richtigkeit und Vollständigkeit. Für Fehler im Text und in Grafiken wird keinerlei Haftung übernommen. Aus der Veröffentlichung kann nicht geschlossen werden, daß die beschriebene Lösung oder die verwendete Bezeichnung frei von gewerblichen Schutzrechten ist. Nachdruck oder sonstige Reproduktion (auch Auszüge) nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Vorstandes des Förderkreises. Herausgeber (presserechtlich verantwortlich): Prof. Dr. Torsten J. Gerpott, Dipl.-Wirtsch.-Ing Stephan Böhm, Dipl.-Kff. Sandra Thomas.

*Kontakt:*

Förderkreis Zentrum für Telekommunikations- und Medienwirtschaft e.V.  
Eichendorffstr. 20a  
40885 Ratingen-Lintorf  
Tel 0203-3793109  
Fax 0203-3792656  
Internet [www.zftm.de](http://www.zftm.de)  
Email [kontakt@zftm.de](mailto:kontakt@zftm.de)

## Inhalt

<b>1.</b>	<b>Problemstellung und Untersuchungsanliegen.....</b>	<b>1</b>
<b>2.</b>	<b>Stand der Forschung und resultierende Fragen der eigenen Studie .....</b>	<b>5</b>
<b>3.</b>	<b>Empirische Erhebungsmethodik .....</b>	<b>9</b>
3.1.	Untersuchte Unternehmen .....	9
3.2.	Messung der Berichterstattungsqualität für immaterielle Vermögenswerte....	10
3.3.	Determinanten der Qualität der Berichterstattung .....	14
3.4.	Unternehmenserfolgsindikatoren .....	16
<b>4.</b>	<b>Befunde zur Berichterstattungsqualität .....</b>	<b>18</b>
<b>5.</b>	<b>Determinanten und Konsequenzen der Berichterstattungsqualität .....</b>	<b>21</b>
<b>6.</b>	<b>Diskussion und Ausblick.....</b>	<b>23</b>
	<b>Literatur .....</b>	<b>29</b>



## 1. Problemstellung und Untersuchungsanliegen

Der Berichterstattung über immaterielle Vermögenswerte wird in Wissenschaft und Praxis in den letzten Jahren eine zunehmende Aufmerksamkeit zuteil. Häufig knüpft die entsprechende Diskussion an dem Konzept des Value Reporting<sup>1</sup> an und hebt damit ab auf die „Bereitstellung verdichteter, über die Pflichtpublizität hinausgehender Informationen aus dem operativen und strategischen Bereich mit dem Ziel [...], die Unternehmensbewertung durch Unternehmensexterne zu erleichtern und damit eine eventuell vorhandene Wertlücke zwischen aktuellem Marktpreis und innerem Wert zu dezimieren.“<sup>2</sup> In dieser Umschreibung kommt bereits zum Ausdruck, welche Annahme einer zusätzlichen Berichterstattung zu Grunde liegt: Der auf Basis gesetzlicher Publizitätsverpflichtungen von Unternehmen zu erstellende Jahresabschluss reicht aufgrund veränderter Rahmenbedingungen unternehmerischen Handelns nicht mehr aus, um ein auch nur halbwegs vollständiges Bild der wirtschaftlichen Unternehmenslage zu vermitteln.<sup>3</sup> Als Konsequenz dieses beschränkten Informationsgehalts von Jahresabschlüssen weichen bei vielen Unternehmen Buch- und Marktwert immer stärker voneinander ab.<sup>4</sup>

Um diesem Trend zu begegnen, erfolgten in den letzten Jahren in allen international relevanten Rechnungslegungssystemen Anpassungen. Dabei fällt es Standard setzenden Institutionen und Gesetzgebern schwer, die geforderte Informationserweiterung mit der ebenfalls verlangten Objektivität der Informationen in Einklang zu bringen. Zu unsicher sind z.B. bei immateriellen Vermögenswerten deren Fortbestand, Nutzungsmöglichkeit und demzufolge auch deren Bewertung. So gibt es bereits bei

---

<sup>1</sup> Dieser Begriff hat sich im deutschen bzw. europäischen Raum weitgehend durchgesetzt. In US-amerikanischen Veröffentlichungen ist zumeist von „Business Reporting“ die Rede. Ebenso findet man Bezeichnungen wie „Shareholder Value Reporting“, „Total Return Reporting“, „Value Added Reporting“ oder „Strategic Advantage Reporting“. Siehe u.a. Ruhwedel/Schultze 2004: 490-492.

<sup>2</sup> Ruhwedel/Schultze 2002: 609. Siehe auch ausführlich zum Begriff des Value Reporting Fischer 2003: 25-31; darüber hinaus für viele Fischer/Wenzel 2004: 305f.; Arbeitskreis „Externe Unternehmensrechnung“ der Schmalenbach-Gesellschaft für Betriebswirtschaft 2002: 2337; Pellens et al. 2000: 178; Labhart 1999: 30f.

<sup>3</sup> Nonnenmacher 2004: 150; Bergamini/Zambon 2003: 17f; Garcia-Ayuso 2003: 59.

<sup>4</sup> Siehe u.a. Lev/Daum 2004: 6; Eccles et al. 2002: 68; Fülbiel et al. 2000: 834; Maul/Menninger 2000: 529.

immateriellen Rechten wie eingetragenen Marken keinen Konsens über deren Abnutzbarkeit und die damit verbundene Nutzungsdauer.<sup>5</sup>

Gerade für immaterielle Vermögenswerte wie Kundenstamm, Forschung & Entwicklungserkenntnissen, Marken, Patenten oder Lizenzen wird aber behauptet, dass sie für den Wert von Unternehmen aus Kapitalmarktsicht eine hohe Bedeutung haben.<sup>6</sup> Da in allen Rechnungslegungssystemen aus Objektivierungsgründen bislang weit reichende Ansatzverbote für immaterielle Vermögenswerte bestehen, kann ihr Einbezug in die Bewertung eines Unternehmens durch den Kapitalmarkt oder andere unternehmensexterne Interessengruppen von der Unternehmensleitung derzeit nur über eine freiwillige Berichterstattung von unternehmenswertrelevanten Informationen verstärkt werden. Unternehmensexterne sollen hierdurch Möglichkeiten zur Identifikation von potenziell wertschaffenden Investitionen und zur Kontrolle der geschaffenen Werte erhalten. Viele Unternehmen stehen damit vor der Herausforderung, ein Value Reporting System zu etablieren, das einerseits wertrelevante Informationen über das Unternehmen aufbereitet und anbietet, andererseits jedoch keine wettbewerbsrelevanten Informationen an Konkurrenten preisgibt und so den Weg für Imitationen ebnet.<sup>7</sup> Das Ausmaß dieser Herausforderung variiert allerdings zwischen Unternehmen aus verschiedenen Branchen in Abhängigkeit von den Spezifika ihrer Produktions- und Vermarktungsprozesse. Generell dürfte die Bedeutung einer erweiterten Berichterstattung über immaterielle Vermögenswerte für Anleger vor allem bei Unternehmen/Branchen, deren Output ebenfalls immaterieller Natur und nicht lagerbar ist, die also Absatzleistungen mit hohen Dienstleistungsanteilen anbieten, überdurchschnittlich groß sein. Zu derartigen Branchenclustern können u.a. die TIMES-Industrien<sup>8</sup> gezählt werden, da dort immaterielle Werte wie etwa Lizenzen, Marken oder Kundenbeziehungen zentral für das betriebswirtschaftlich erfolgreiche

---

<sup>5</sup> Gerpott/Thomas 2004: 2492-2494.

<sup>6</sup> Siehe für viele Bentele 2004: 1; Günther 2004: 552, 557; Lev 2003: 121; Ranker et al. 2001: 269, 277f., Haller 1998: 562.

<sup>7</sup> Ewert/Wagenhofer 1992: 299f.

<sup>8</sup> TIMES = Telekommunikation, Information, Medien, Entertainment oder Elektronik, Sichere Transaktionen.