

RUHR-UNIVERSITÄT BOCHUM

RUB

RUBIN

WISSENSCHAFTSMAGAZIN

GEHEIMNIS

Auf Blei: Verflucht im Römischen Reich

In den Genen: Vererbte Krankheiten

Zwischen den Zeilen: Versteckte Botschaften

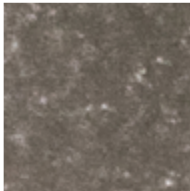
#35

Nr. 1 | 2025

Betriebswirtschaftslehre

DIE UNSICHTBARE HANDSCHRIFT

*Wie Wirtschaftsprüferinnen und
Wirtschaftsprüfer in Finanz-
berichten Spuren hinterlassen.*



Am Ende des Jahres fassen Managerinnen und Manager ihre Buchhaltung und Bilanzen über das gesamte vergangene Geschäftsjahr in einem Finanzbericht zusammen. (Foto: tk)

Die Zeit rund um den Jahreswechsel ist für viele Unternehmen eine „busy season“. Während Managerinnen und Manager innerhalb kurzer Zeit ihre Buchhaltung und Bilanzen über das gesamte vergangene Geschäftsjahr in einem Finanzbericht zusammenfassen müssen, erfolgt vor der Offenlegung noch die Prüfung durch Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprüfer. „Diese Offenlegung und Prüfung ist gesetzlich vorgeschrieben und soll der Transparenz dienen“, weiß Prof. Dr. Martin Nienhaus, der an der Ruhr-Universität den Lehrstuhl für Financial Accounting innehat. Doch wie transparent sind die Berichte wirklich? Und welchen Einfluss haben Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprüfer auf den Finanzbericht? Gemeinsam mit Kollegen hat der Bochumer Betriebswirt in einer Studie mehrere Tausend Finanzberichte wissenschaftlich unter die Lupe genommen, ihre Wortwahl und Struktur analysiert und zahlreiche Interviews mit Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprüfern geführt.

„Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprüfern geht es in erster Linie um Regelkonformität“, betont Nienhaus. Es sei nicht ihre Aufgabe, zu beurteilen, ob ein Unternehmen profitabel sei, so der Betriebswirt. Da eine Prüfung nicht vollumfänglich sein kann, erfolgt sie in der Regel durch Zufallsstichproben und Plausibilitätschecks. Mithilfe von Checklisten überprüfen die Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprü-

fer ausgewählte Finanzwerte auf deren Richtigkeit. So bitten sie beispielsweise Kunden oder Banken, bestimmte Salden zu bestätigen. Am Ende erteilen sie ein Testat. Doch wie unabhängig ist dieses Prüfungsergebnis? Wie groß ist der Einfluss der Prüferinnen und Prüfer auf Lageberichte und Anhänge? Zu ebendiesen Fragen hat Nienhaus mit seinen Kollegen Christoph Mauritz und Christopher Oehler geforscht.

Balance-Akt zwischen Prüfung und Beratung

Für ihre Studie durchforsteten die Forscher insgesamt über 6.000 Finanzberichte von 1.600 verschiedenen Prüfungspartnerinnen und -partnern. „Diese sind alle im Unternehmensregister öffentlich einsehbar“, erläutert Nienhaus. Die Länge der Berichte ist dabei von der Größe des Unternehmens abhängig. „Der Finanzbericht eines kleineren Unternehmens zählt vielleicht 20 Seiten; bei großen beläuft er sich teilweise auf 300 bis 400 Seiten“, weiß Nienhaus.

Das Hauptaugenmerk der Forscher lag nicht auf der Gewinn- und Verlustrechnung, sondern auf dem Lagebericht und dem Anhang, also den narrativen Elementen des Finanzberichts. „Diese sind insofern besonders interessant für Kapitalgeber, weil sie teilweise zukunftsbezogene Infos enthalten und hilfreich für die Einordnung der gesamtwirtschaftlichen Lage eines Unternehmens sind“, erklärt Nienhaus. „In unserer Studie haben wir uns angeschaut, wie diese Berichte

i WER UNTERLIEGT DER PRÜFUNGSPFLICHT?

In Deutschland sind Unternehmen laut Handelsgesetzbuch dazu verpflichtet, den Jahresabschluss zu erstellen und prüfen zu lassen, sobald sie börsennotiert sind oder als mittelgroß gelten, also eines der folgenden drei Kriterien erfüllen: Sie haben über 50 Mitarbeitende, sie erwirtschaften über 15 Millionen Euro Umsatz im Jahr, sie weisen eine Bilanzsumme von 7,5 Millionen Euro vor.

Der Jahresabschluss muss je nach Unternehmensgröße drei bis zwölf Monate nach dem Jahresende vorliegen. Die Prüferinnen und Prüfer gehören entweder einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft an oder sie sind selbstständig.

Martin Nienhaus ist Inhaber des Lehrstuhls für Financial Accounting an der Ruhr-Universität Bochum, wissenschaftlicher Direktor und stellvertretender Geschäftsführer des Instituts für Unternehmensführung (ifu) und forscht zur Unternehmensberichterstattung. (Foto: Elena Reck)



i IM INTERNATIONALEN VERGLEICH

In anderen Ländern sind Unternehmen nicht per Gesetz dazu angehalten, ihre Bilanzen offenzulegen. In den USA müssen beispielsweise nur börsennotierte Unternehmen ihre Daten veröffentlichen – das allerdings quartalsweise.

In anderen EU-Staaten existieren ähnliche Offenlegungspflichten wie in Deutschland, die alle auf einer europäischen Richtlinie dazu basieren. Aktuell wird diskutiert, einen europäischen Anzeiger einzuführen, in dem die Finanzberichte aller veröffentlichungspflichtigen europäischen Unternehmen aufgelistet sind.



i JAHRESABSCHLUSS: FLUCH ODER SEGEN?

Die Finanzberichte sind zum Beispiel für Banken, Investoren und Mitarbeitende von Nutzen und sollen Vertrauen sicherstellen. Diese Transparenz erzeugt aber auch Kosten. Neben den Kosten, die sich durch die Erstellung der Berichte und die Wirtschaftsprüfung ergeben, spricht man auch noch von sogenannten *proprietary costs*. Damit sind die Kosten gemeint, die dadurch entstehen, dass die Konkurrenz, aber auch Lieferanten und Kunden die offengelegten Informationen ausnutzen. Während börsennotierte Unternehmen den Finanzbericht als Informationsinstrument zu nutzen wissen und sogar mehr Infos bereitstellen und weitaus ausführlichere Prognosen abgeben als gefordert, setzt der Zwang zur Offenlegung kleine und mittelgroße Unternehmen unter Druck.

verfasst wurden, ob etwa ein Wirtschaftsprüfer seinen Fingerabdruck in Berichten unterschiedlicher Mandanten hinterlassen hat.“

Mithilfe des sogenannten Natural Language Processing, einem Ansatz aus dem Bereich Machine Learning, analysierten die Forscher, inwiefern sich die Finanzberichte unterschiedlicher Unternehmen im Hinblick auf Themen, Struktur und Wording ähneln. Die Auswertung ergab, dass es große textliche Übereinstimmungen zwischen den Finanzberichten von Unternehmen gibt, die entweder ökonomisch ähnlich dastehen oder die aus derselben Branche oder derselben Region kommen. „Der allergrößte Faktor, der die Ähnlichkeit von Finanzberichten zweier unterschiedlicher Unternehmen erklärt, ist jedoch der Prüfer oder die Prüferin“, hebt Nienhaus hervor.

„Unsere Studie zeigt, dass die Lageberichte um etwa 30 bis 48 Prozent textuell, inhaltlich und strukturell ähnlicher werden, wenn zwei Unternehmen den gleichen Prüfungspartner als Abschlussprüfer hatten“, so Nienhaus. Interessant sei auch, dass die persönlichen Vorlieben des Prüfers oder der Prüferin deutlichere Spuren hinterlassen hätten als die der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, der er oder sie angehöre. „Der Einfluss eines individuellen Prüfers auf den Bericht ist neunmal höher als der, den etablierte Routinen der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft auf das Vorgehen des Prüfers oder der Prüferin haben.“ Besonders starken Einfluss haben sie, wenn der Mandant ein kleineres, nicht-börsennotiertes Unternehmen sei oder bislang wenig Erfahrung in der Vorbereitung von Finanzberichten gehabt habe.

Dass die Wirtschaftsprüferinnen und Wirtschaftsprüfer stark in die Berichterstattung mit eingebunden sind, bestätigen auch die acht Interviews, die Nienhaus und seine Kollegen mit Prüfern und Prüferinnen führten. Diese berichteten, dass die ersten Entwürfe der Finanzberichte häufig unvollständig und unpräzise formuliert seien. In vielen Fällen bräuhete es zwei bis drei Korrekturschleifen. Insbesondere in kleineren Unternehmen fehle es an Erfahrung und Expertise. „Viele Interviewte sprachen von einem Balance-Akt zwischen Prüfung und Beratung und legen den Schluss nahe, dass hier die Grenzen verschwimmen“, fasst Nienhaus zusammen. Im Interview sagte ein Wirtschaftsprüfer zum Beispiel: „Bei kleinen Unternehmen – und das sollte man wahrscheinlich nicht laut sagen – könnte ich mir vorstellen, dass der Prüfer in manchen Fällen selbst in die Tasten haut.“

Was folgt nun daraus? „Unsere Studie zeigt, dass die Prüferinnen und Prüfer ihre Expertise in die Erstellung von Berichten stärker einbringen als vielleicht angenommen“, so Nienhaus. Ihr Einsatz geht auch über das Einfügen von bestimmten Standard-Textpassagen hinaus. Das sei aber per se nichts Schlechtes. Im Gegenteil: „Das Ergebnis sind qualitativ hochwertigere, vollständigere, gewissenhaftere Lageberichte“, so Nienhaus. Die Studie belege daher die wichtige Rolle von Prüfungspartnern für die narrative Berichterstattung. „Sie zeigt, dass insbesondere die kleineren Unternehmen Unterstützung in diesem Bereich brauchen. Man sollte diesen Bedarf ernst nehmen. Viele sind überfordert. Hier lohnt es sich nachzudenken, ob es nicht andere Möglichkeiten gibt, ihnen Hilfestellungen an die Hand zu geben.“

REDAKTIONSSCHLUSS

Schon im 15. Jahrhundert dachten sich die Menschen trickreiche Lösungen aus, um Geheimnisse sicher weitergeben zu können, zum Beispiel die rechts abgebildete Chiffrierscheibe (mehr dazu ab Seite 26). Mit ihr konnte man einen Klartext in Kauderwelsch verwandeln, indem man die Buchstaben des Klartextes auf dem äußeren Ring durch die Buchstaben auf dem inneren Ring ersetzte. Der innere Ring war drehbar. Um einen verschlüsselten Text zu entschlüsseln, musste man wissen, wie der innere Ring auszurichten ist. Die Ausrichtung wurde von sogenannten Steuerungsbuchstaben bestimmt, also Buchstaben, die keine Entsprechung im Klartext hatten, sondern nur dazu bestimmt waren, die Ausrichtung des inneren Rings anzugeben. War dieser richtig gedreht, konnte man den Klartext auf dem äußeren Ring ablesen.



LUST ZU KNOBELN?

Dann inneren Ring der Scheibe ausschneiden und los geht's:

yuose&azmydbkofxczn&cdeuqmlitokhyds

Hinweise: Unser Beispiel ergibt einen Satz mit sechs Wörtern und beinhaltet acht Steuerungsbuchstaben. Steuerungsbuchstaben müssen auf das Z des äußeren Rings ausgerichtet werden. Der verschlüsselte Text in diesem Beispiel beginnt mit einem Steuerungsbuchstaben. Die anderen sieben Steuerungsbuchstaben sind zufällig im Text verteilt und können auch mitten im Wort auftreten. Immer wenn ein Zeichen aus unserem Kauderwelsch-Beispiel sich nicht in einen sinnvollen Buchstaben übersetzen lässt, handelt es sich um einen Steuerungsbuchstaben. Richten Sie dann den inneren Ring neu aus, indem Sie dieses Zeichen des inneren Rings auf das große Z des äußeren Rings drehen. Achtung: Da der Erfinder der Chiffrierscheibe Latein sprach, fehlt der Buchstabe U im äußeren Ring, der für unseren Lösungssatz erforderlich ist. Ein V im äußeren Ring kann sowohl ein U als auch ein V bedeuten. Viel Spaß!

Die Auflösung finden Sie unten links auf dieser Seite.

IMPRESSUM

HERAUSGEBER: Rektorat der Ruhr-Universität Bochum in Verbindung mit dem Dezernat Hochschulkommunikation der Ruhr-Universität Bochum (Hubert Hundt, v.i.S.d.P.)

WISSENSCHAFTLICHER BEIRAT: Prof. Dr. Birgit Apitzsch (Sozialwissenschaft), Prof. Dr. Thomas Bauer (Fakultät für Wirtschaftswissenschaft), Prof. Dr. Elena Enax-Krumova (Medizin), Prof. Dr. Constantin Goschler (Geschichtswissenschaften), Prof. Dr. Markus Kaltenborn (Jura), Prof. Dr. Achim von Keudell (Physik und Astronomie), Prof. Dr. Günther Meschke (Prorektor für Forschung und Transfer), Prof. Dr. Martin Muhler (Chemie), Prof. Dr. Franz Narberhaus (Biologie), Prof. Dr. Nils Pohl (Elektro- und Informationstechnik), Prof. Dr. Tatjana Scheffler (Philologie), Prof. Dr. Gregor Schöner (Informatik), Prof. Dr. Sabine Seehagen (Psychologie), Prof. Dr. Roland Span (Maschinenbau), Prof. Dr. Marc Wichern (Bau- und Umweltingenieurwissenschaft), Prof. Dr. Peter Wick (Evangelische Theologie)

REDAKTIONSANSCHRIFT: Dezernat Hochschulkommunikation, Redaktion Rubin, Ruhr-Universität Bochum, 44780 Bochum, Tel.: 0234/32-25228, rubin@rub.de, news.rub.de/rubin

REDAKTION: Dr. Julia Weiler (jwe, Redaktionsleitung); Meike Drießen (md); Dr. Lisa Bischoff (lb); Raffaella Römer (rr)

FOTOGRAFIE: Damian Gorczany (dg), Schiefersburger Weg 105, 50739 Köln, Tel.: 0176/29706008, damiangorczany@yahoo.de, www.damiangorczany.de; Roberto Schirdewahn (rs), Offerkämpfe 5, 48163 Münster, Tel.: 0172/4206216, post@people-fotograf.de, www.wasaufdieaugen.de; Tim Kramer (tk), Agentur für Markenkommunikation, Ruhr-Universität Bochum

COVER: RUB, Tim Kramer

BILDNACHWEISE INHALTSVERZEICHNIS: Teaserfoto für Seite 14: Roberto Schirdewahn; Seite 22, 62: RUB, Tim Kramer

GRAFIK, ILLUSTRATION, LAYOUT UND SATZ: Agentur für Markenkommunikation, Ruhr-Universität Bochum, www.einrichtungen.rub.de/de/agentur-fuer-markenkommunikation. Die Illustrationen wurden mit Adobe Firefly erzeugt.

DRUCK: LD Medienhaus GmbH & Co. KG, Hansaring 118, 48268 Greven, info@ld-medienhaus.de, www.ld-medienhaus.de

ANZEIGEN: Dr. Julia Weiler, Dezernat Hochschulkommunikation, Redaktion Rubin, Ruhr-Universität Bochum, 44780 Bochum, Tel.: 0234/32-25228, rubin@rub.de

AUFLAGE: 3.900

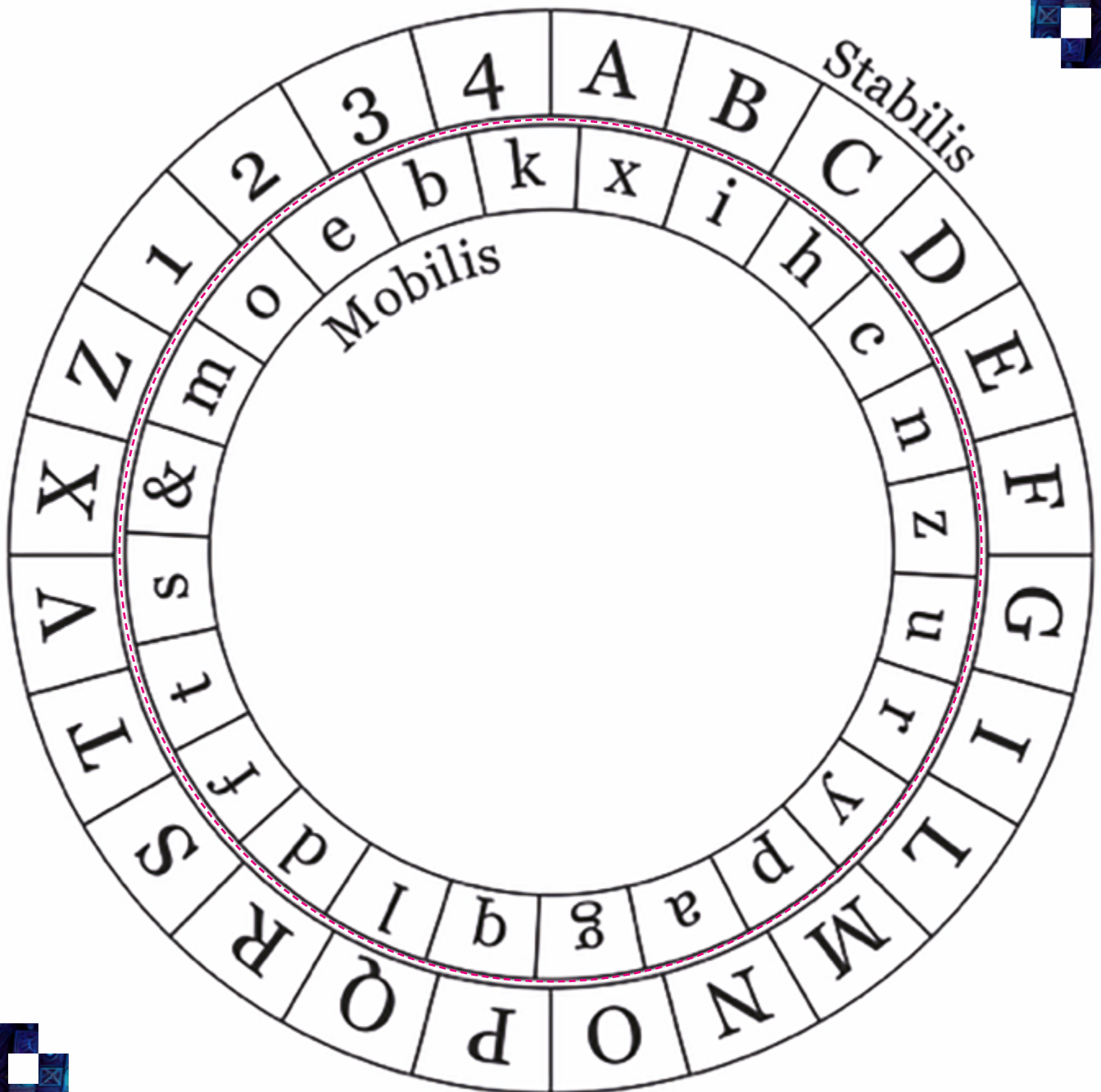
BEZUG: Rubin erscheint zweimal jährlich und ist erhältlich im Dezernat Hochschulkommunikation der Ruhr-Universität Bochum. Das Heft kann kostenlos abonniert werden unter news.rub.de/rubin/abo. Das Abonnement kann per E-Mail an rubin@rub.de gekündigt werden.

ISSN: 0942-6639

Nachdruck bei Quellenangabe und Zusenden von Belegexemplaren

Die nächste Ausgabe von RUBIN erscheint am 1. Dezember 2025.

CHIFFRIERSCHEIBE



Den inneren Ring der Scheibe ausschneiden und los geht's.