

## Segmentberichterstattung als Grundlage der strategischen Jahresabschlussanalyse

Die zunehmenden Diversifikations- und Globalisierungsbestrebungen von Unternehmen haben dazu geführt, dass der Konzernabschluss dieser Unternehmen aufgrund der hohen Verdichtung der Informationen und dem damit verbundenen Informationsverlust dem Adressaten oftmals nur noch bedingt nützliche Daten zur Verfügung stellt. Der Segmentberichterstattung kommt hier die Aufgabe zu, die verdichteten Daten zu ergänzen und somit eine differenzierte Beurteilung eines Unternehmens durch die angemessene Abbildung der Finanz- und Ertragskraft sowie der Chancen und Risiken der unterschiedlichen Geschäftsbereiche zu ermöglichen.<sup>1)</sup>

### Paradigmenwechsel

Mit dem im November 2006 veröffentlichten IFRS 8 „Operating Segments“ vollzog das IASB einen Paradigmenwechsel in der Segmentberichterstattung.<sup>2)</sup> So wurden im Zuge des Konvergenzprojekts die nach dem sogenannten Management Approach konzipierten Regelungen des US-amerikanischen SFAS 131 fast wortgleich in die IFRS übernommen. Der Management Approach orientiert sich sowohl bei der Abgrenzung der Segmente als auch hinsichtlich der bereitzustellenden Segmentdaten primär am internen Steuerungs- und Berichtswesen des Unternehmens und ist für Geschäftsjahre ab dem 1. Januar 2009 verpflichtend anzuwenden. Damit wird der bislang vom IASB mit IAS 14 verfolgte Risk and Rewards Approach, der die Segmente nach deren Ähnlichkeit hinsichtlich ihrer Erfolgsbeitrags- und Risikostruktur abgrenzt, im Rahmen der internationalen Rechnungslegung nicht weitergeführt.<sup>3)</sup>

Lediglich der deutsche DRS 3 trägt der Konzeption begrenzt Rechnung, indem er zwar grundsätzlich auf den Management Approach abstellt, dies allerdings mit der

einschränkenden Unterstellung, dass das interne Steuerungs- und Berichtswesen gleichzeitig die Chancen-/Risikenstruktur der Unternehmung abbildet. Somit folgt DRS 3 generell beiden Konzepten.<sup>4)</sup> Im Hinblick auf die Prüfung der Berichtspflicht der Segmente setzt IFRS 8 – analog zu SFAS 131 – eine Zehn-Prozent-Hürde als Schwellenwert für Wesentlichkeitsbetrachtungen bezüglich Umsatz, Ergebnis oder Vermögen der Segmente ein. Damit ergeben sich keine wesentlichen Änderungen für IFRS-Bilanzierer durch die Umstellung von IAS 14 auf IFRS 8, da auch IAS 14 die Zehn-Prozent-Hürde anwendet. Abbildung 1 fasst die Grundsätze zur Segment-

abgrenzung und zur Bildung berichtspflichtiger Segmente noch einmal strukturiert zusammen.

Weitere Unterschiede ergeben sich hinsichtlich Art und Umfang der offenzulegenden Segmentinformationen. Dem US-amerikanischen Vorbild folgend, fordert auch IFRS 8 in konsequenter Umsetzung des Management Approach keine mit den Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden des Konzerns übereinstimmende Ermittlung der Segmentdaten. Auch in diesem Punkt löst sich das IASB maßgeblich von den Regelungen des IAS 14, der eine Ermittlung segmentierter Informationen nach den Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätzen des Konzernabschlusses fordert. Allerdings ist die konsequente Umsetzung des Management Approach nach IFRS 8 und SFAS 131 mit umfangreichen Erläuterungspflichten zur Datenbasis verbunden. Damit vergrößert sich die Diskrepanz zwischen DRS 3 und den internationalen Regelungen, da der deutsche Standard hier die Kongruenz mit dem Konzernabschluss verwendeten Grundsätzen und Methoden vorschreibt.

### Analysefähiger Mindestumfang an Segmentinformationen

Aber auch bezüglich des Datenumfangs können sich gegebenenfalls weitreichende Änderungen für IFRS-Bilanzierer ergeben. So fordert IAS 14 ein umfangreiches Spektrum an verpflichtend anzugebenden Segmentinformationen, während IFRS 8 sowie sein US-amerikanisches Pendant nur ein Minimum an expliziten Angabepflichten definiert und darüber hinausgehende Informationspflichten von der Art der für die interne Steuerung verwendeten ergebnisbeziehungsweise Vermögensgröße abhängig macht. Abbildung 2 stellt die Angabepflichten wesentlicher Segmentdaten nach

*Prof. Dr. Dres. h.c. Adolf G. Coenenberg, Emeritus, Lehrstuhl für Wirtschaftsprüfung und Controlling, Universität Augsburg, Honorarprofessor, European Business School, Oestrich-Winkel, und Dr. Christian Fink, Referent Bilanzrecht, Freudenberg & Co. KG, Weinheim*

*Mit der verpflichtenden Anwendung des sogenannten Management Approach in der Segmentberichterstattung nach IFRS bringt die anstehende Bilanzsaison 2009 die angestrebte Konvergenz mit dem US-amerikanischen Standard. Vor diesem Hintergrund gehen die Autoren auf Funktion und Inhalt dieser Disziplin sowie Aufgaben und Konzeption der strategischen Jahresabschlussanalyse ein und loten darauf aufbauend die Möglichkeiten und Grenzen der Segmentberichterstattung aus. Im Hinblick auf eine harmonisierte kapitalmarktorientierte Segment- und Lageberichterstattung sehen sie noch erheblichen Handlungsbedarf, um diese als integralen Bestandteil einer kapitalmarkt-orientierten Rechnungslegung zu implementieren und eine umfassende Datenbasis für die strategische Analyse bereitzustellen. (Red.)*

den unterschiedlichen Rechnungslegungsnormen dar.

Damit liefern die durch DRS 3 beziehungsweise IAS 14 verpflichtend geforderten Segmentangabepflichten in jedem Fall bereits eine wesentliche Datenbasis für eine Investitions-, Finanzierungs- und Rentabilitätsanalyse. Davon ist im Falle von IFRS 8 und SFAS 131 aufgrund der Vielzahl nur bedingter Angabepflichten zwar nicht zwingend auszugehen, in der Praxis börsennotierter Unternehmen sollte jedoch in vielen Fällen ein analysefähiger Mindestumfang an Segmentinformationen zur Verfügung stehen.

### Aufgaben der strategischen Jahresabschlussanalyse

So zeigt ein Vergleich empirischer Studien im Zeitablauf zum Beispiel, dass sich die Qualität der Segmentberichte der HDAX-Unternehmen – auch über verschiedene Rechnungslegungsstandards hinweg – zum Teil deutlich verbessert hat.<sup>5)</sup> In den vergangenen Jahren hat aber auch die Bereitstellung zukunfts- und wertorientierter Informationen stetig zugenommen. Dies begründet sich unter anderem dadurch, dass zum Beispiel das Bilanzrechtsreformgesetz (BilReG) sowie die Veröffentlichung des DRS 15 zu einer erheblichen Erweiterung der Anforderungen an die Lageberichterstattung geführt haben. Dabei fordert DRS 15 an einzelnen Stellen bereits segmentbezogene Angaben, eine weiterführende Segmentierung der anzugebenden Informationen wird hingegen nur empfohlen.<sup>6)</sup> Aber auch die internationale Diskussion um eine wert- und zukunftsorientierte Zusatzberichterstattung (Value Reporting) der Unternehmen machen das verstärkte Bedürfnis nach strategischen und bewertungsrelevanten Daten deutlich.<sup>7)</sup> Auch in diesem Zusammenhang kommt den disaggregierten Informationen zu einzelnen Geschäftsbereichen hohe Bedeutung zu, die im Rahmen einer strategischen Jahresabschlussanalyse untersucht werden.

Die Bilanz- oder Jahresabschlussanalyse bezeichnet Verfahren der Informationsgewinnung und -verarbeitung, mit deren Hilfe aus den Daten des Jahresabschlusses und des Lageberichts Aussagen und Erkenntnisse im Hinblick auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Unternehmens generiert werden.<sup>8)</sup> Durch die zunehmende

**Abbildung 1: Segmentabgrenzung und berichtspflichtige Segmente im internationalen Vergleich**

	IAS 14	IFRS 8	SFAS 131	DRS 3
<b>Segmentabgrenzung</b>				
Risk and Rewards Approach	X	–	–	(X)
Management Approach	(X)	X	X	X
<b>Berichtspflichtige Segmente</b>				
Segmentumsatz > 10 Prozent (oder)	X	X	X	X
Segmentergebnis > 10 Prozent (oder)	X	X	X	X
Segmentvermögen > 10 Prozent	X	X	X	X

In Anlehnung an: Alvarez, Segmentberichterstattung und Segmentanalyse, Wiesbaden 2004, Seite 102.

**Abbildung 2: Wesentliche Segmentdaten im internationalen Vergleich**

	IAS 14	IFRS 8	SFAS 131	DRS 3
Segmentergebnis	X	X	X	X
Segmenterträge beziehungsweise -umsatzerlöse mit Dritten	X	X <sup>1)</sup>	X <sup>1)</sup>	X
Intersegmentäre Segmenterträge beziehungsweise -umsatzerlöse	X	X <sup>1)</sup>	X <sup>1)</sup>	X
Segmentabschreibungen	X	X <sup>1)</sup>	X <sup>1)</sup>	X
Zinsaufwendungen und -erträge	–	X <sup>1)</sup>	X <sup>1)</sup>	X <sup>1)</sup>
Ergebnisbeiträge von Equity-Beteiligungen	X	X <sup>1)</sup>	X <sup>1)</sup>	X
Ergebnisbeiträge aus sonstigen Beteiligungen	–	–	–	X
Steueraufwendungen und -erträge	–	X <sup>1)</sup>	X <sup>1)</sup>	X <sup>1)</sup>
Wesentliche zahlungsunwirksame Posten (außer Abschreibungen)	X	X <sup>1)</sup>	X <sup>1)</sup>	X
Segmentvermögen (ohne Finanzanlagen)	X	X <sup>2)</sup>	X <sup>2)</sup>	X
Buchwerte von at Equity konsolidierten Beteiligungen	X	X <sup>2)</sup>	X <sup>2)</sup>	–
Segmentsschulden	X	X <sup>3)</sup>	–	X
Segmentinvestitionen	X	X <sup>2)</sup>	X <sup>2)</sup>	X
Überleitungsrechnungen	X	X	X	X

<sup>1)</sup> Angaben sind nur verpflichtend, wenn sie Bestandteil des angegebenen Segmentergebnisses sind.  
<sup>2)</sup> Angaben sind nur verpflichtend, wenn Vermögensdaten auch für die interne Steuerung verwendet werden.  
<sup>3)</sup> Berichtspflicht, falls auch für interne Steuerung verwendete Größe.

In Anlehnung an: Coenenberg, Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 20. Auflage, Stuttgart 2005, Seite 867.

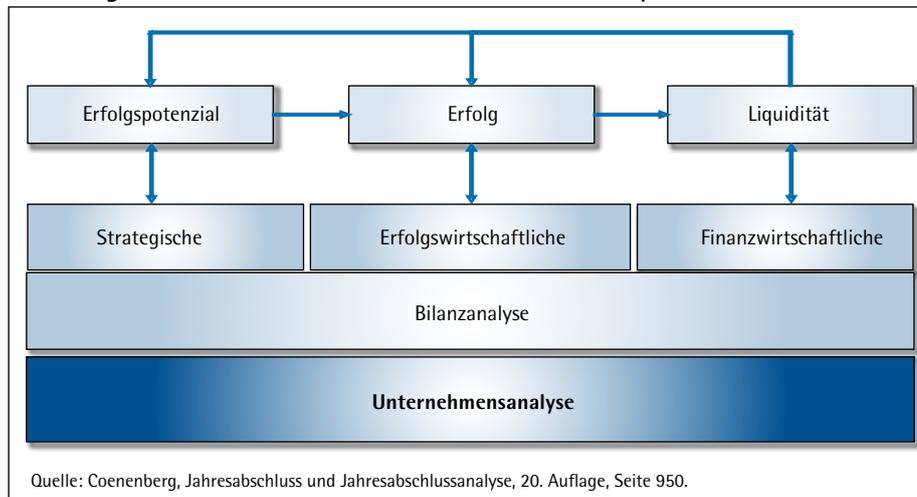
Bereitstellung zukunfts- und wertorientierter sowie teils auch segmentierter Informationen im Rahmen von Lagebericht und Value Reporting nähert sich die externe Unternehmensanalyse der internen Analyse hinsichtlich Umfang und Zuverlässigkeit stetig an.<sup>9)</sup> Im Folgenden werden zunächst die Ziele und Grenzen einer klassischen externen Jahresabschlussanalyse dargestellt, bevor darauf aufbauend die Konzeption einer strategischen Jahresabschlussanalyse entwickelt und auf deren Basis die Möglichkeiten und Grenzen der Segmentberichterstattung erörtert werden.

### Unternehmensziele und Unternehmensanalyse: Die einzelnen Schritte einer um-

fassenden Unternehmensanalyse sind in den Kontext der allgemeinen unternehmerischen Zielgrößen Liquidität, Erfolg und Erfolgspotenzial einzuordnen (Abbildung 3). Anhand dieser Unternehmensziele sind die einzelnen Bereiche der Unternehmensanalyse schließlich auch abzugrenzen.

Grundsätzliches Ziel der Unternehmensanalyse ist es, den Zielerreichungsgrad der vergangenen Perioden sowie die Fähigkeit des Unternehmens zu beurteilen, in Zukunft seine unternehmerischen Ziele zu erreichen. Neben der Aufrechterhaltung der Zahlungsfähigkeit (Liquidität) und mittelfristigen güter-/leistungsbezogenen Zielgrößen steht dabei das langfristige und

**Abbildung 3: Unternehmensziele und Jahresabschlussanalyse**



nachhaltige zukünftige Erfolgspotenzial des Unternehmens im Mittelpunkt des Interesses. Dieses kann als Bündel nachhaltig wirksamer Wettbewerbsvorteile verstanden werden, die im Zusammenhang mit den Chancen und Risiken im Umfeld des Unternehmens sowie den unternehmensinternen Stärken und Schwächen benötigt werden, um in den Folgeperioden die Erfolgs- und Liquiditätsziele erreichen zu können.

**Notwendigkeit der strategischen Jahresabschlussanalyse:** Die klassische Jahresabschlussanalyse befasst sich primär mit den ökonomischen Zielen Liquidität und Erfolg. Daraus resultiert auch die traditionelle Einteilung in eine finanz- und eine erfolgswirtschaftliche Jahresabschlussanalyse. Als Informationsquellen der klassischen Abschlussanalyse dienen dem Analysten insbesondere die quantitativen und retrospektiven Abschlussbestandteile Bilanz, GuV, Anhang, Kapitalflussrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung sowie Segmentberichterstattung.

Die finanzwirtschaftliche Jahresabschlussanalyse untersucht dabei den Zustand der Finanzwirtschaft des Analyseobjekts durch eine genauere Betrachtung der Liquidität sowie der Vermögens- und Kapitalstruktur. Dadurch sollen Erkenntnisse über die Fähigkeit des Unternehmens gewonnen werden, jederzeit seinen Zahlungsverpflichtungen nachkommen zu können. Die erfolgswirtschaftliche Jahresabschlussanalyse dient der Beurteilung der Ertragslage des Unternehmens. Sie untersucht die Qualität der von einem Unternehmen erwirtschafteten Erfolge und soll Aufschluss

darüber geben, ob auch zukünftig Erfolge erwirtschaftet werden können.<sup>10)</sup>

Die verstärkte Entwicklung der externen Rechnungslegung weg von einem reinen Financial Accounting hin zu einem umfassenden Business Reporting ermöglicht es, die klassische Jahresabschlussanalyse um eine strategische Jahresabschlussanalyse zu ergänzen. Insbesondere die Entwicklungen der letzten Jahre in Bezug auf Lageberichterstattung und Value Reporting machen das verstärkte Bedürfnis nach einer strategischen Analyse deutlich. Da der Konzernabschluss regelmäßig stark verdichtete Informationen bereitstellt, was wiederum zu einem Verlust an Daten zu den Charakteristika des Geschäftsportfolios führt, sind insbesondere in diversifizierten Konzernen Informationen auf Basis der einzelnen Geschäftsfelder des Unternehmens für die Analyse unabdingbar.<sup>11)</sup>

### Konzeption der strategischen Jahresabschlussanalyse

Gegenstand der strategischen Jahresabschlussanalyse ist das Erfolgspotenzial der Unternehmung. Somit ist sie als logische Weiterentwicklung der traditionellen Analyseverfahren, insbesondere hinsichtlich der Untersuchung zukunftsorientierter und qualitativer Daten zu verstehen und ergänzt die traditionelle finanz-/erfolgswirtschaftliche Analyse zu einer ganzheitlichen und umfassenden Unternehmensanalyse. Im Zuge der stetig an Bedeutung gewinnenden Shareholder-Value-Diskussion steht die Unternehmenswertsteigerung als übergeordnete ökonomische Zielgröße seit

einiger Zeit im Fokus der Betrachtungen und vereint damit die anderen Unternehmensziele in sich.<sup>12)</sup> So kann die Ermittlung von Zukunftserfolgswerten sowie die Identifikation und Beurteilung von unternehmensin- sowie -externen Werttreibern als zentrales Element der prospektiven strategischen Analyse deklariert werden.

Aus der Unternehmenswertorientierung lassen sich entsprechend den drei Ansätzen der Unternehmensbewertung als Ansätze der strategischen Unternehmensanalyse die (externe) Marktwertanalyse, die (interne) Ressourcenanalyse und die Zukunftserfolgswertanalyse ableiten (Abbildung 4). Da besonders bei stark diversifizierten Konzernen die Marktsituation und die Ressourcenbasis der einzelnen Unternehmensteilbereiche stark divergieren können, sind die Analysen stets auf Segmentebene durchzuführen, da jeder Geschäftsbereich seine spezifischen Chancen- und Risikoprofile aufweist.

**Ressourcenorientierte Analyse:** Die Ressourcenanalyse zielt primär auf die Identifizierung und Bewertung nicht bilanzieller immaterieller Ressourcen des Unternehmens ab. Sie fußt auf der Kategorisierung und Identifikation der unterschiedlichen Ressourcen des Unternehmens und unterscheidet regelmäßig finanzielle, physische und immaterielle Ressourcen.<sup>13)</sup> Immaterielle Ressourcen sind einerseits die aufgrund der Rechnungslegungsvorschriften bilanziell zu erfassenden oder im Falle einer Unternehmensakquisition bei der Erstkonsolidierung im Anlagevermögen zu bilanzierenden immateriellen Werte (Intellectual Property). Andererseits zählt aber auch das sogenannte Intellectual Capital zu den immateriellen Ressourcen. Dieses beinhaltet bereits vorhandene strategisch relevante Fähigkeiten, die jedoch das Konkretisierungsstadium einzeln bewertbarer und veräußerbarer immaterieller Vermögenswerte noch nicht erreicht haben.<sup>14)</sup>

Aufgrund dieses geringen Konkretisierungsgrades bestehen die unterschiedlichsten Möglichkeiten zur Kategorisierung des Intellectual Capital. Eine in der Literatur häufig angewendete Unterteilung stellt dabei der Stakeholder-orientierte Kategorisierungsansatz dar. In diesen Zusammenhang ist zum Beispiel der Vorschlag des Arbeitskreises (AK) „Immaterielle Werte im Rechnungswesen“ der Schmalenbach-Gesellschaft einzuordnen, der das Intellectual

Capital in sieben Stakeholder-orientierte Kategorien einteilt: Human, Customer, Supplier, Investor, Process, Location und Innovation Capital. Basierend auf einer derartigen Erfassung des Intellectual Capital im Unternehmen ist zu dessen angemessener Beurteilung schließlich auch eine Operationalisierung beziehungsweise Messung nötig. Dabei spielen die sogenannten Scorecard-Verfahren eine besondere Rolle. Sie versuchen für die verschiedenen Kategorien des Intellectual Capital relevante Treibergrößen zu identifizieren und zu messen.<sup>15)</sup>

### Unternehmenswertermittlung anhand der Residualwertmethode

Um eine Brücke zwischen der Identifizierung und Operationalisierung der immateriellen Ressourcen des Unternehmens und den verschiedenen Unternehmensbewertungsverfahren zu schlagen, kann an dieser Stelle auf die Unternehmenswertermittlung anhand der Residualwertmethode zurückgegriffen werden. Dabei wird der Unternehmenswert in das Anfangsvermögen und den sogenannten Geschäftswert zerlegt. Dieser entspricht dem Barwert aller künftigen Residualgewinne, die wiederum als Überschuss der Gewinne vor Zinsabzug über die gewichteten Kapitalkosten definiert sind. An diesem Geschäftswert setzt die Ressourcenanalyse an und spaltet ihn in einen kurzfristigen und einen langfristigen Teil. Der kurzfristige Teil wird durch aktivierungsfähige, bilanziell zum Teil aber nicht erfasste immaterielle Ressourcen über einen befristeten Prognosehorizont determiniert und kann als Zeitwert der immateriellen Vermögenswerte des Unternehmens verstanden werden.

Der langfristige Geschäftswert stellt dagegen auf das nicht bilanzierungsfähige Intellectual Capital der Unternehmung ab. Dieses stellt die Fähigkeit des Unternehmens dar, aus seiner Ressourcensituation in Verbindung mit gegebenenfalls spezifischen (Kern-)Kompetenzen zukünftig, über den konkreten Prognosehorizont hinaus, nachhaltige Wettbewerbsvorteile für das Unternehmen zu generieren. Vor allem der Wandel von Produktions- zu wissensorientierten Technologie- und Dienstleistungsunternehmen, der mitunter ausschlaggebend für einen hohen Anteil immaterieller Werte am Unternehmensvermögen ist, unterstreicht die Bedeutung der Ressourcenanalyse.<sup>16)</sup>

**Marktwertorientierte Analyse:** Untersuchungsgegenstand der marktwertorientierten Analyse sind einerseits die Aktienrentabilität, andererseits die Angemessenheit des Verhältnisses von Markt- zu Buchwert aus Investorensicht. Dabei werden zum einen die Ursachen der Entwicklung der Aktienrentabilität durch deren Dekomposition, zum anderen die im Marktwert des Unternehmens implizit enthaltenen strategischen Positionierungs- und Wachstumserwartungen der externen Investoren untersucht. Die Investoreneinschätzungen bezüglich der Marktstellung des Unternehmens lassen sich hierbei maßgeblich auf zwei Faktoren zurückführen, nämlich auf die relative Größe (meist umsatzbezogen) sowie die Akzeptanz des Unternehmens am Markt. Durch den Vergleich mit anderen Wachstumsindikatoren, wie zum Beispiel Branchenwachstum, können die Erwartungen plausibilisiert und Hinweise auf künftige Entwicklungen gesammelt werden.

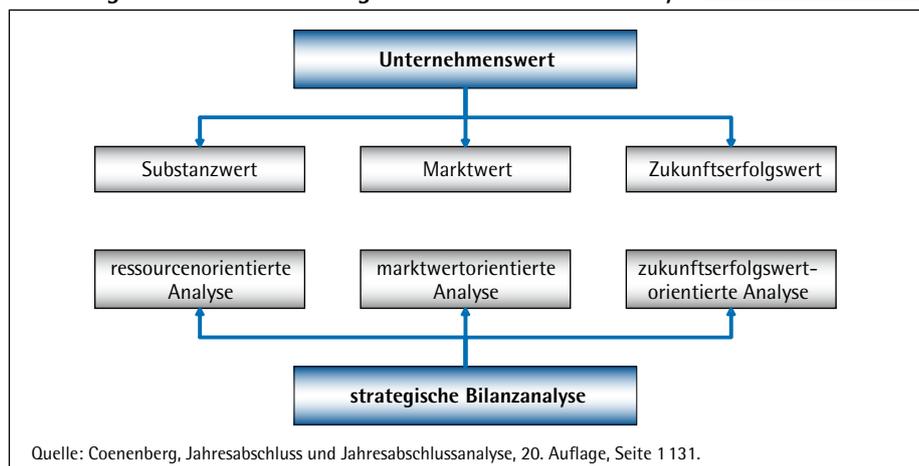
**Zukunftserfolgswertorientierte Analyse:** Die Geschäftstätigkeit des Unternehmens sowie seine relevante Umwelt stellen die Basis für die Identifikation und Analyse der fundamentalen Treiber des Zukunftserfolgswerts dar. Im Falle eines diversifizierten Unternehmens ist die zukunftserfolgswertorientierte Analyse daher auf Segmentebene vorzunehmen. Somit gibt diese Analyse Aufschluss über den Beitrag der einzelnen Bestandteile des Geschäftsportfolios zum Unternehmenswert. Hierfür bedient sie sich zum einen der sogenannten SWOT-Analyse, zum anderen wird auf die kennzahlenorientierte Portfolioanalyse zurückgegriffen. Die SWOT-Analyse integ-

riert die unternehmensinterne sowie -externe strategische Dimension und zeigt damit – neben der reinen Darstellung externer Chancen/Risiken und interner Stärken/Schwächen – auch Wechselwirkungen zwischen diesen auf. Im Rahmen der Analyse des externen Unternehmensumfelds stehen dabei sowohl globale als auch branchenspezifische Sachverhalte im Mittelpunkt des Interesses.

Die eher intern orientierte Unternehmensanalyse fokussiert dagegen auf die Faktoren Wettbewerbsposition, Führungspotenzial und Ressourcenstärke (Intellectual Capital). Hier werden in weiten Teilen die auch im strategischen Controlling verwendeten Instrumentarien angewendet, weshalb an dieser Stelle auf eine tiefergehende Darstellung verzichtet und stattdessen auf die einschlägige Literatur zum Thema verwiesen wird.<sup>17)</sup> Die kennzahlengestützte Portfolioanalyse untersucht hingegen, vor allem unter Rückgriff auf die retrospektiv ausgerichtete finanz- und erfolgswirtschaftliche Segmentanalyse, die Angemessenheit der Portfoliozusammensetzung.

In diesem Zusammenhang werden oftmals altbekannte Konzepte des strategischen Controllings erweitert und für die strategische Analyse nutzbar gemacht.<sup>18)</sup> Aber auch die Analyse des Verhältnisses zwischen Wachstum und Cash-Generierung im Geschäftsportfolio liefert regelmäßig strategierelevante Informationen. In der Optimalausprägung fokussiert das Portfoliomanagement eines Unternehmens primär auf Segmente, die sowohl nachhaltig Wert schaffen als auch positive Mittelzuflüsse liefern. Dabei obliegt es der Unterneh-

**Abbildung 4: Ansätze der strategischen Jahresabschlussanalyse**



mensführung, für eine idealtypische Portfoliozusammensetzung zu sorgen.

### Möglichkeiten und Grenzen der Segmentberichterstattung

Um die Informationsbedürfnisse der strategischen Jahresabschlussanalyse zu befriedigen, ist eine umfangreiche Datenbasis an qualitativen und prospektiven Daten zu den Segmenten des Unternehmens wünschenswert. Allerdings wirkt die nach § 297 Abs. 1 HGB nur noch optional geforderte Veröffentlichung eines Segmentberichts kontraproduktiv für die Datenbasis. Dies gilt allerdings nicht für kapitalmarktorientierte Mutterunternehmen, die nach der Verordnung (EG) 1606/2002 zur Aufstellung eines IFRS-Konzernabschlusses verpflichtet sind und sich demnach an den einschlägigen IFRS-Regelungen zu orientieren haben.

Die derzeitigen Regelungen zur Segmentberichterstattung, sowohl in Deutschland als auch international, ermöglichen zwar grundsätzlich die Anwendung einer Vielzahl von Analyseinstrumenten der finanz- und erfolgswirtschaftlichen Analyse. Im Hinblick auf eine strategische Segmentanalyse weisen die veröffentlichten Segmentberichte aber oftmals noch erhebliche Defizite in der Datenbereitstellung auf. Die Anwendbarkeit der strategischen Analyse wird seitens der Segmentberichterstattung beispielsweise regelmäßig dadurch begrenzt, dass im Rahmen der gängigen Standards lediglich retrospektiv ausgeprägte, quantitative Angaben gefordert werden. Dies hat zur Folge, dass der Segmentbericht das Informationsbedürfnis nur bestimmter Teilbereiche der strategischen Analyse bedient, nämlich derer, die nicht primär auf prospektiven oder qualitativen Angaben fußen. So speist sich zum Beispiel insbesondere die kennzahlengestützte Portfolioanalyse aus den Daten der Segmentberichte.

Als kritisch vor allem für die Vergleichbarkeit und die Nachvollziehbarkeit der Daten des Segmentberichts erweist sich auf internationaler Ebene zudem die mit dem Management Approach des IFRS 8 beziehungsweise SFAS 131 verbundene Heterogenität hinsichtlich Art und Inhalt der Berichterstattung. Durch diese Hinwendung zu intern verwendeten Datenformaten wird die Segmentberichterstattung in vielen Fällen weiter von den klassischen Be-

standteilen des Abschlusses wie Bilanz, GuV und Kapitalflussrechnung entfernt, da eine Konsistenz der Datenermittlung mit den für den Konzernabschluss zugrunde gelegten Grundsätzen und Methoden nicht mehr zwingend erforderlich ist.

Dies gilt auch für die Symmetrie der im Rahmen der Kennzahlenbildung verwendeten Zahlenkomponenten aus dem Segmentbericht. So ist es unter dem Management Approach zum Beispiel grundsätzlich möglich, dass das ausgewiesene Segmentvermögen Vermögenswerte enthält, deren korrespondierende Abschreibungen nicht als Bestandteil des ausgewiesenen Segmentergebnisses berücksichtigt wurden. Daraus können gravierende Verzerrungen in der Aussagekraft von Renditekennzahlen resultieren, da gegebenenfalls asymmetrisch ermittelte Komponenten Eingang in die Kennzahlenberechnung finden. Allerdings sollte in der Unternehmenspraxis weitgehend von der Einhaltung des Symmetrieprinzips auszugehen sein.

### Diskussion um ein Segment-Business-Reporting

In diesem Zusammenhang sind besonders auch Interdependenzen zwischen dem intern gewählten Steuerungs-/Berichtssystem und der externen Unternehmenspublizität zu berücksichtigen. Allerdings liefert der Segmentbericht – wie ausgeführt – regelmäßig keine qualitativen, zukunftsorientierten Informationen zu den Geschäftsbereichen, wie sie für weite Teile der strategischen Jahresabschlussanalyse benötigt werden. An dieser Stelle wäre die Diskussion um ein Segment-Business-Reporting, wie etwa von Alvarez vorgeschlagen,<sup>19)</sup> verstärkt zu führen. Einige der Defizite sollten bereits durch die erweiterten Angabepflichten im Rahmen der Lageberichterstattung nach DRS 15 sowie das Value Reporting geheilt werden. Insbesondere die Bereitstellung zukunfts- und wertorientierter (Segment-)Daten ist hier zu nennen.

Die Konzeption der Lageberichterstattung nach DRS 15 folgt – ebenso wie die internationalen Regelungen zur Segmentberichterstattung nach IFRS 8 beziehungsweise SFAS 131 – dem Management Approach, das heißt, die Informationen sind aus der Sicht der Unternehmensleitung darzustellen. Somit sollten die derart aufbereiteten Daten des Lageberichts im Zusammenhang mit den Segmentinformationen deutlich bes-

ser verstanden und nachvollzogen werden können, da sie grundsätzlich auf derselben Datenbasis aufbauen und sich regelmäßig in ihrer Aussagekraft ergänzen. Empirischen Studien zufolge besteht seitens der Unternehmenspraxis jedoch auch in Bezug auf die Qualität der Lageberichterstattung zum Teil noch deutlicher Verbesserungsbedarf.<sup>20)</sup> Insbesondere der weitgehende Empfehlungscharakter segmentspezifischer Daten im Rahmen der deutschen Lageberichterstattung ist diesbezüglich zu kritisieren.

Somit bleibt festzuhalten, dass die derzeitigen Regelungen zur Segment- und Lageberichterstattung zwar die Basis für eine strategische Jahresabschlussanalyse liefern, jedoch noch deutliche Schwächen in der Bereitstellung umfangreicher analyseinduzierter Informationen aufweisen. Für die nationalen wie auch internationalen Standardsetzer, aber auch für Wissenschaft und Praxis bedeutet dies, dass im Hinblick auf eine harmonisierte kapitalmarktorientierte Segment- und Lageberichterstattung noch erheblicher Handlungsbedarf besteht, um diese als integralen Bestandteil einer kapitalmarktorientierten Rechnungslegung zu implementieren und damit eine umfassende Datenbasis für die strategische Analyse bereitzustellen.

### Fußnoten

<sup>1)</sup> Vgl. Coenenberg, Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, 20. Auflage, Stuttgart 2005, Seite 838.

<sup>2)</sup> Vgl. Fink/Ulbrich, DB 2007, Seite 981.

<sup>3)</sup> Vgl. Hütten/Fink, in: Haufe IFRS-Kommentar, 6. Auflage, Freiburg 2008, Seite 2146 ff.

<sup>4)</sup> Vgl. Alvarez, Segmentberichterstattung und Segmentanalyse, Wiesbaden 2004, Seite 87.

<sup>5)</sup> Vgl. u. a. Alvarez/Fink, KoR 2003, S. 275 ff. sowie Beer/Deffner/Fink, KoR 2007, Seiten 218 ff.

<sup>6)</sup> Vgl. Fink/Keck, KoR 2005.

<sup>7)</sup> Vgl. Schultze/Fink/Straub, WPg 2007, Seite 563.

<sup>8)</sup> Vgl. Coenenberg/Alvarez, in: HWRP, 3. Auflage, Stuttgart 2002, Sp. 394.

<sup>9)</sup> Vgl. zur Lageberichterstattung Fink, Lageberichterstattung und Erfolgspotenzialanalyse, Marburg 2007, Seiten 189 ff. sowie zum Begriff des Value Reporting Coenenberg, siehe Fn. 1, Seite 921.

<sup>10)</sup> Vgl. Coenenberg, siehe Fn. 1, Seiten 985 ff.

<sup>11)</sup> Vgl. Coenenberg, Der Schweizer Treuhänder 2001, Seite 593.

<sup>12)</sup> Vgl. Coenenberg, KoR 2003, Seite 165.

<sup>13)</sup> Vgl. Alvarez, siehe Fn. 4, Seite 473.

<sup>14)</sup> Vgl. Haller/Dietrich, DB 2001, Seite 1045.

<sup>15)</sup> Vgl. AK „Immaterielle Werte im Rechnungswesen“ der Schmalenbach-Gesellschaft, DB 2003, Seiten 1236 ff.

<sup>16)</sup> Vgl. Küting, in: Vom Financial Accounting zum Business Reporting, Stuttgart 2002, Seiten 101 ff.

<sup>17)</sup> Vgl. zum Beispiel Baum/Coenenberg/Günter, Strategisches Controlling, 4. Auflage, Stuttgart 2007.

<sup>18)</sup> Vgl. Coenenberg, siehe Fn. 1, Seiten 1015 ff.

<sup>19)</sup> Vgl. Alvarez, siehe Fn. 4, Seiten 181 ff.

<sup>20)</sup> Vgl. Dietsche/Fink, KoR 2008, Seiten 250 ff. ■■■■■