

INHALTSÜBERSICHT

Vorwort	V
Inhaltsverzeichnis	XI
Abbildungs- und Abkürzungsverzeichnis	XVII
I. ZIELSETZUNG UND VORGEHEN	3
II. THEORETISCHE UNTERSUCHUNG	9
1. Informationsbedürfnisse und Stakeholder-Ansatz	11
2. Gesellschaftsverantwortung der Unternehmung	81
3. Externe Berichterstattung	129
III. EMPIRISCHE UNTERSUCHUNGEN	181
4. Ergebnisse ausgewählter Studien zur Informationsqualität	183
5. Informationsqualität der Geschäftsberichte Schweizer Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen	199
IV. ERGEBNISSE	321
Anhang	329
Literaturverzeichnis	337

INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort	V
Inhaltsübersicht	IX
Abbildungsverzeichnis	XVII
Abkürzungsverzeichnis	XIX
I. ZIELSETZUNG UND VORGEHEN	3
II. THEORETISCHE UNTERSUCHUNG	9
1. Informationsbedürfnisse und Stakeholder-Ansatz	11
1.1. Stakeholder-Begriff	11
1.2. Stakeholder-Management-Modell	16
1.2.1. Übersicht	16
1.2.2. Identifikation der Stakeholders	18
1.2.3. Analyse der Beziehung zwischen der Unternehmung und den Stakeholders	20
1.2.4. Neuorientierung der Unternehmensstrategie	22
1.3. Ziele und Informationsbedürfnisse der Stakeholders	23
1.3.1. Übersicht	23
1.3.2. Ziele und Informationsbedürfnisse der internen Stake- holders	27
1.3.2.1. Eigentümer	27
1.3.2.2. Management	31
1.3.2.3. Mitarbeiter	35
1.3.2.4. Gewerkschaften	40
1.3.3. Ziele und Informationsbedürfnisse der externen Stakeholders	41
1.3.3.1. Fremdkapitalgeber	41
1.3.3.2. Finanzanalysten	44
1.3.3.3. Lieferanten	45
1.3.3.4. Kunden	48
1.3.3.5. Konkurrenten	50
1.3.3.6. Staat	53

1.3.3.7.	Öffentlichkeit	55
1.3.3.8.	Medien	57
1.4.	Synthese der Informationsbedürfnisse	59
1.5.	Asymmetrische Informationen und Agency-Theorie	63
1.5.1.	Übersicht	63
1.5.2.	Beziehungen innerhalb der Agency-Theorie	64
1.5.3.	Verhaltensunsicherheit	68
1.5.3.1.	Übersicht	68
1.5.3.2.	Qualitätsunsicherheit	71
1.5.3.3.	Holdup-Situation	73
1.5.3.4.	Moral Hazard-Situation	76
1.5.4.	Möglichkeiten zur Reduktion der Informationsasymmetrie	77
2.	Gesellschaftsverantwortung der Unternehmung	81
2.1.	Übersicht	81
2.2.	Umwelt der Unternehmung	83
2.2.1.	Erfassung der unternehmensrelevanten Umwelt	83
2.2.2.	Wandlung der unternehmensrelevanten Gesellschaft	85
2.2.3.	Societal Marketing Concept und Societal Strategy	88
2.3.	Societal Strategy - Ausdruck der Gesellschaftsorientierung	96
2.3.1.	Übersicht	96
2.3.2.	Strategie der gesellschaftlichen Verpflichtung	99
2.3.3.	Strategie der Gesellschaftsverantwortung	101
2.3.4.	Strategie der Gesellschaftszugänglichkeit	102
2.4.	Unternehmungskultur	104
2.4.1.	Übersicht	104
2.4.2.	Ausgewählte Ansätze der Unternehmungskultur	105
2.4.2.1.	Übersicht	105
2.4.2.2.	Die Unternehmungskultur im ZÜRCHER Ansatz	111
2.4.2.3.	Der Ansatz von SCHEIN	113
2.4.2.4.	Der Beitrag von PÜMPIN	115
2.4.3.	Unternehmungskultur, Subkulturen und Agency-Theorie	116
2.4.3.1.	Subkulturen	117
2.4.3.2.	Subkulturen und Agency-Theorie	119

2.4.4.	Unternehmenskultur und Zielsystem der Unternehmung	122
2.4.4.1.	Übersicht	122
2.4.4.2.	Die Rolle der Unternehmenskultur im Zielbildungs- und Zieldurchsetzungsprozess der Unternehmung	125
2.4.4.3.	Unternehmensleitbilder als weiteres Informationsmittel der Stakeholders	126
3.	Externe Berichterstattung	129
3.1.	Ziele und Inhalte der externen Berichterstattung	129
3.1.1.	Rechnungswesentheorien und externe Berichterstattung	129
3.1.2.	Inhalt der externen Berichterstattung	140
3.2.	Berichterstattung im Wandel der Werthaltungen	145
3.2.1.	Übersicht	145
3.2.2.	Der Einfluss der Gesellschaftskultur auf die externe Berichterstattung	148
3.3.	Grundsätze und gesetzliche Anforderungen an die externe Berichterstattung	153
3.3.1.	Allgemeine Grundsätze der externen Berichterstattung	153
3.3.2.	Schweizerische Vorschriften und Empfehlungen	157
3.3.2.1.	Geltendes Aktienrecht	157
3.3.2.1.1.	Formelle Vorschriften	158
3.3.2.1.2.	Materielle Vorschriften	159
3.3.2.2.	Aktienrechtsreform	161
3.3.2.2.1.	Stand und Ziel der Reform	161
3.3.2.2.2.	Einzelne Vorschriften	162
3.4.	Standards und Empfehlungen	166
3.4.1.	Schweiz	166
3.4.2.	International (ohne EG)	167
3.4.2.1.	FASB-Richtlinien	168
3.4.2.2.	IASC-Richtlinien	169
3.4.2.3.	OECD-Richtlinien	169
3.4.3.	Richtlinien der Europäischen Gemeinschaft	170
3.4.3.1.	Übersicht	170
3.4.3.2.	Richtlinien zur Rechnungslegung	172
3.5.	Anforderungen an eine stakeholderorientierte externe Berichterstattung	175

III. EMPIRISCHE UNTERSUCHUNGEN	181
4. Ergebnisse ausgewählter Studien zur Informationsqualität	183
4.1. Übersicht	183
4.2. Darstellung ausgewählter Studien	184
4.2.1. Deduktive Studien zur Ermittlung der Informationsbedürfnisse der Stakeholders	184
4.2.2. Empirische Studien zur Ermittlung der Informationsbedürfnisse der Stakeholders	188
4.2.2.1. Übersicht	188
4.2.2.2. Ausländische Studien	189
4.2.2.3. Schweizerische Vereinigung für Finanzanalyse und Vermögensverwaltung	194
5. Informationsqualität der Geschäftsberichte Schweizer Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen	199
5.1. Zielsetzung der Untersuchung	199
5.2. Vorgehen	202
5.2.1. Übersicht	202
5.2.2. Analysekriterien	207
5.2.2.1. Analysekomponenten	207
5.2.2.2. Anforderungskatalog	207
5.2.2.3. Auswertungsgrundsätze	210
5.3. Untersuchung I: Informationsqualität 1980-1989 ausgewählter Unternehmungen	211
5.3.1. Zeitliche und sachliche Abgrenzung	211
5.3.2. Ergebnisse der Untersuchung I	212
5.3.2.1. Übersicht	212
5.3.2.2. Gesellschaftsorientierung	216
5.3.2.2.1. Übersicht	216
5.3.2.2.2. Forschung und Entwicklung	219
5.3.2.2.3. Konsumenten- und Umweltschutzmassnahmen	220
5.3.2.2.4. Sponsoring	221
5.3.2.2.5. Steueraufkommen	223
5.3.2.3. Mitarbeiterorientierung	223
5.3.2.3.1. Übersicht	223
5.3.2.3.2. Neue Arbeitsplätze	227
5.3.2.3.3. Personalausbildung	227
5.3.2.3.4. Arbeitsklima	229
5.3.2.3.5. Personalausgaben	232

5.3.2.4.	Unternehmungsführung	235
5.3.2.4.1.	Übersicht	235
5.3.2.4.2.	Werthaltungen	238
5.3.2.4.3.	Unternehmungspolitik	243
5.3.2.4.4.	Entwicklungen in der Unternehmungsumwelt	249
5.3.2.5.	Referenzen und optische Gestaltung des Geschäftsberichtes	255
5.4.	Untersuchung II: Informationsqualität ausgewählter Branchen 1988	264
5.4.1.	Zeitliche und sachliche Abgrenzung	264
5.4.2.	Ergebnisse der Untersuchung II	270
5.4.2.1.	Übersicht	270
5.4.2.2.	Gesellschaftsorientierung	278
5.4.2.2.1.	Übersicht	278
5.4.2.2.2.	Forschung und Entwicklung	279
5.4.2.2.3.	Konsumenten- und Umweltschutzmassnahmen	281
5.4.2.2.4.	Sponsoring	284
5.4.2.2.5.	Steueraufkommen	285
5.4.2.3.	Mitarbeiterorientierung	285
5.4.2.3.1.	Übersicht	285
5.4.2.3.2.	Neue Arbeitsplätze	288
5.4.2.3.3.	Personalausbildung	289
5.4.2.3.4.	Arbeitsklima	290
5.4.2.3.5.	Personalausgaben	292
5.4.2.4.	Unternehmungsführung	295
5.4.2.4.1.	Übersicht	295
5.4.2.4.2.	Werthaltungen	296
5.4.2.4.3.	Unternehmungspolitik	300
5.4.2.4.4.	Entwicklungen in der Unternehmungsumwelt	302
5.4.2.5.	Referenzen und optische Gestaltung des Geschäftsberichtes	305
5.4.2.6.	Einzelne Einflussfaktoren der Informationsqualität	310
5.4.2.6.1.	Informationsqualität nach Branchen	310
5.4.2.6.2.	Informationsqualität und Unternehmungsgrösse	312
5.4.2.6.3.	Informationsqualität im Durchschnitt der betreuenden Treuhandgesellschaften	313

5.4.2.6.4. Informationsqualität und verfolgte Rechnungslegungsgrundsätze	315
5.4.2.6.5. Informationsqualität und optische Gestaltung	317
IV. ERGEBNISSE	321
Anhang	329
Literaturverzeichnis	337