



ANDRÁSSY
UNIVERSITÄT
BUDAPEST

ANDRÁSSY WORKING PAPER SERIES
IN ECONOMICS AND BUSINESS ADMINISTRATION

Alina Alexenko

Geschäftsberichte als ein Forschungsobjekt und die
Relevanz von Behavioral Economics für die
Unternehmensberichterstattung

2022

Andrássy Working Paper Series
in Economics and Business Administration
No 48

Alina Alexenko: Geschäftsberichte als ein Forschungsobjekt und die Relevanz von Behavioral Economics für die Unternehmensberichterstattung

Alina Alexenko

GESCHÄFTSBERICHTE ALS EIN FORSCHUNGSOBJEKT UND DIE RELEVANZ VON
BEHAVIORAL ECONOMICS FÜR DIE UNTERNEHMENSBERICHTERSTATTUNG

Andrássy Working Papers in Economics and Business Administration Nr. 48

2022

ISSN 2560-1458

Published and edited by the the Faculty of Economics and Business Administration of
Andrássy University Budapest.

Pollack Mihály tér 3.

H-1088 Budapest

Online at: <https://www.andrassyuni.eu/forschung/publikationen/andrassy-working-papersin-economics-and-business-administration>

Managing Editor: Martina Eckardt

Email manuscripts to: martina.eckardt@andrassyuni.hu

The publishing of this paper was funded by the Danube Excellence Price of the Pallas Athéné
Domus Meriti Foundation, PADME.

This series presents ongoing research in a preliminary form. The authors bear the entire
responsibility for papers in this series. The views expressed therein are the authors', and
may not reflect the official position of the institute. The copyright for all papers appearing
in the series remains with the authors.

Author's address and affiliation:

Alina Alexenko Andrassy Universität Budapest, Pollack Mihály tér 3, 1088 Budapest,

E-Mail: alina.alexenko@andrassyuni.hu

© By the authors

GESCHÄFTSBERICHTE ALS EIN FORSCHUNGSOBJEKT UND DIE RELEVANZ VON BEHAVIORAL ECONOMICS FÜR DIE UNTERNEHMENSBERICHTERSTATTUNG

Alina Alexenko

January, 2022

Abstract

Der narrative Teil von Geschäftsberichten liefert notwendige Informationen über Geschäftsergebnisse und ihre wahrscheinliche Entwicklung und ist als eine praxis- und empirisch relevante Forschungsquelle anzusehen. Das Ziel des Beitrags ist es, mithilfe einer qualitativen Literaturanalyse die Rolle eines Geschäftsberichtes (Annual Report) als Objekt der Forschung im Bereich Wirtschaftswissenschaften und Unternehmensberichterstattung zu erläutern und den aktuellen Forschungsstand darzustellen. Die durchgeführte Literaturlauswertung zeigt, dass neben der Lesbarkeit, Modalität und inhaltlicher Analyse von Geschäftsberichten auch die Ansätze von Behavioral Economics als Grundlage der Forschung von elementarer Bedeutung sind. Im Vergleich zu den englischsprachigen Geschäftsberichten, sind die Annual Reports in anderen Sprachen, zum Beispiel im Deutschen, kaum erforscht. Die letzten Entwicklungen in der Digitalisierung des Reporting, insbesondere European Single Electronic Format (ESEF) oder XBRL-Technologie, bieten neue Möglichkeiten für die Digitalisierung der Sprachanalyse von Berichten an. Dies schafft auch eine neue Nachfrage nach theoretisch-methodologischen Forschungen in diesem Bereich.

Schlüsselworte: Geschäftsbericht, Narratives Reporting, Mental Accounting, Framing, Lesbarkeit, XBRL

Geschäftsbericht als ein Forschungsobjekt und die Relevanz von Behavioral Economics für Unternehmensberichterstattung

„Accounting communication is valued because it gives visibility to things.“¹

1. Einführung

Der Geschäftsbericht eines börsennotierten Unternehmens ist ein bedeutsames Kommunikationsmittel, das gleichzeitig verschiedene Stakeholdergruppen anspricht: Investoren, Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten, die Wirtschaftspresse und die gesamte soziale Umgebung des Unternehmens.² Der ‚typische‘ Geschäftsbericht erweitert die Zahlen des Jahresabschlusses mit vielfältigen schriftlichen und grafischen Informationen und stellt verschiedene Aspekte des Unternehmenslebens sowie offensichtliche oder implizierte Versprechungen des Managements dar. Die Ziele eines Geschäftsberichtes sind einerseits die zahlreichen gesetzlichen Erklärungspflichten zu erfüllen und andererseits die Aufmerksamkeit auf die aus der Managementsicht relevanten Informationen zu lenken.

Neben anderen Beispielen der so genannten ‚Grey Literature‘ (Konferenzmaterialien, Business-Präsentationen und andere unstrukturiert veröffentlichte Informationen) liefern Geschäftsberichte ein breites Spektrum von forschungsrelevanten Daten für die Sozial- und Wirtschaftswissenschaften. Die Forschung von Geschäftsberichten ist bestrebt, Unternehmenskommunikation, Managementprozesse und Unternehmensstrategien zu verstehen. Die Betrachtung des Geschäftsberichtes als ein Forschungsobjekt in der Rechnungswesensforschung („Accounting Research“) nimmt ihren Anfang vor mehr als 50 Jahren. Das Ziel ist, die Effektivität des Reportings zu verbessern, indem insbesondere auf eventuelle Manipulationen, Framing-Effekte, ‚Information Overload‘ und verschiedene ‚Biases‘ hingewiesen wird. Auch das International Accounting Standard Board (IASB) fängt an, dem möglichen Problem eines verzerrten narrativen Reporting mehr Aufmerksamkeit zu schenken (siehe die im November 2021 angebotene Richtlinie³ zur Verbesserung der ‚Management Commentary‘ in den Geschäftsberichten).

Die Ergebnisse der Verhaltensforschung zeigen, dass die menschlichen Entscheidungen, Wahrnehmungen und das Verhalten von bestimmten Verzerrungen (Biases) und Heuristiken

¹ Jack 2013, S. xii

² Vgl. Keller 2006, S. 9–10.

³ IASB 2021. S.66

beeinflusst werden.⁴ Dies spiegelt sich auch im Reporting wider. So werden, zum Beispiel, die negativen Ergebnisse und Trends oft durch die externen Faktoren und die Positiven mit eigenen Erfolgen erklärt („Self-Serving Bias“).⁵ Die Neigung von Menschen, die Information über Gewinne und Verluste nach bestimmten Gesetzmäßigkeit darzustellen, kann mithilfe der „Mental Accounting“-Theorie erklärt werden.⁶ Auch das Framing oder die Art und Weise, wie die Tatsachen in den Geschäftsberichten beschrieben werden, hat bestimmte - manipulative (gezielt geplante) oder auch versteckte (unbewusste) - Verhaltenswirkungen.

Die Aktualität der Sprachanalyse von Geschäftsberichten besteht darin, dass die Ergebnisse für die Digitalisierung der Prüfung von Berichten seitens der Regulatoren zu verwenden sind, um die eventuellen Beweise für eine Manipulation bzw. einen Betrug präventiv zu entdecken.⁷ Die Einführung des European Single Electronic Standards für Geschäftsberichte erleichtert seit 2020 die automatisierte Bearbeitung, schafft aber gleichzeitig eine zusätzliche Nachfrage nach relevanten Forschungsergebnissen für die weitere digitale Implementierung.⁸ Die Adressaten dieser Forschung sind Investoren, deren Ziel es ist, finanzielle Informationen besser zu beurteilen sowie Unternehmen, die noch transparenter und verantwortlicher berichten wollen.

Das Ziel des vorliegenden Beitrags ist es, durch eine Literaturlauswertung den aktuellen Stand der Forschung von Geschäftsberichten als Teil des Accounting Research darzustellen und die aktuellen Hotspots und ggf. Forschungslücken zu skizzieren. Die aktuellen Digitalisierungstendenzen werden dabei besonders beachtet.

2. Begriffliche Klärungen und Überblick über die rechtlichen Rahmenbedingungen für die Erstellung von Geschäftsberichten

Der Geschäftsbericht ist eine umfangreiche, meist mehr als zweihundert Seiten lange Publikationseinheit, die sich aus gesetzlich obligatorischen (Jahresabschluss, Lagebericht, Erklärung zur Unternehmensführung) und optionalen (u.a. Aktionärsbrief) Teilen zusammensetzt. Der Geschäftsbericht wird vor der jährlichen Hauptversammlung sowohl in Papierform als auch elektronisch veröffentlicht und lässt sich als PDF-Dokument von der Webseite des Unternehmens zumeist im Investor Relations-Bereich herunterladen.

⁴ Vgl. Bazerman und Sezer 2016. S.96

⁵ Vgl. Clapham und Schwenk 1991. S.219

⁶ Vgl. Thaler 1999a.

⁷ Vgl. ACCA 2016.

⁸ Vgl. ESMA 2020.

Der Begriff ‚Geschäftsbericht‘ wird in der Praxis breit verwendet, ist aber heutzutage nicht in der deutschen Gesetzgebung vorhanden. In Großbritannien ist der Geschäftsbericht als ‚Annual Report‘ (auch ‚Annual report and accounts‘) bekannt.

Börsennotierte Unternehmen sind in Deutschland verpflichtet, neben dem finanziellen Jahresabschluss (der im Rahmen der Finanzbuchhaltung erzeugt wird und aus der Bilanz, der Gewinn-und-Verlust-Rechnung, der Eigenkapitalveränderungs- und Kapitalflussrechnung und dem Anhang besteht), zusätzlich einen narrativen Lagebericht („Management Report“) zu publizieren, der Informationen zum Geschäftsverlauf und zur Lage der Kapitalgesellschaft enthält. Unternehmen, die einen Konzern bilden, erstellen stattdessen einen Konzernlagebericht. Der Inhalt des Lageberichtes ist im § 289 des Handelsgesetzbuches definiert:

„Im Lagebericht sind der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage der Kapitalgesellschaft so darzustellen, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird. Er hat eine ausgewogene und umfassende, dem Umfang und der Komplexität der Geschäftstätigkeit entsprechende Analyse des Geschäftsverlaufs und der Lage der Gesellschaft zu enthalten. In die Analyse sind die für die Geschäftstätigkeit bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren einzubeziehen und unter Bezugnahme auf die im Jahresabschluss ausgewiesenen Beträge und Angaben zu erläutern. Ferner ist im Lagebericht die voraussichtliche Entwicklung mit ihren wesentlichen Chancen und Risiken zu beurteilen und zu erläutern; zugrunde liegende Annahmen sind anzugeben.“⁹

Nach der Richtlinie 2014/95/EU (sog. Corporate Social Responsibility-Richtlinie) sollen im Lagebericht zusätzlich nichtfinanzielle Informationen zu Umwelt-, Arbeitnehmer- und sozialen Belangen sowie zu Maßnahmen zur Achtung der Menschenrechte und zur Korruptionsbekämpfung dargestellt werden.

Zum Vergleich wird in Großbritannien das sog. ‚UK Strategic Report Model‘ verwendet, das durch den UK Companies Act 2006 (Chapter 4A. Strategic Report) reguliert wird. Der Strategiebericht muss „a fair review of the company’s business“ enthalten, d.h., eine ausgewogene Analyse der Entwicklung und Leistung des Geschäfts während des Finanzjahres, die Position des Unternehmens zum Jahresende sowie eine Beschreibung der Hauptrisiken und -unsicherheiten.¹⁰

Für Geschäftsberichte in beiden Ländern ist es charakteristisch, dass am Anfang die finanziellen ‚Highlights‘ hervorgehoben werden. Der Aktionärsbrief, dessen Text von Wirtschaftsprüfern nicht geprüft wird und der beliebige Interpretationen und emotionale Wertungen zulässt, wird ebenso am Anfang platziert und wird entsprechend zuerst gelesen. Der finanzbuchhalterische Jahresabschluss, der finanzielle Informationen nach den Standards der Rechnungslegung darstellt

⁹ HGB, §289, (1)

¹⁰ Vgl. Strampelli 2018, S. 554.

und von Wirtschaftsprüfer zu beurteilen ist, wird an das Ende des Berichtes ausgelagert. Das Layout und die grafische Darstellung von Geschäftsberichten werden gesetzlich nicht reguliert und die Unternehmen haben hier Freiheit für das ‚Impression Management‘.

Demgegenüber wird in den USA die Erstellung von Geschäftsberichten durch die sogenannte Form 10-k standardisiert - sowohl den Inhalt als auch die grafische Darstellung betreffend. Nichtsdestotrotz ist zu beobachten, dass sich auf den Webseiten von einigen amerikanischen Unternehmen mit Highlights, Slogans und Bildern erweiterte, bunte Geschäftsberichte herunterladen lassen. Auch der Aktionärsbrief sowie sämtliche Aktionärspräsentationen sind zusätzlich verfügbar, auch wenn sie kein Bestandteil des Jahresreports sind.

3. Methodik der Literaturanalyse

Die Literaturrecherche wurde mithilfe der Datenbank „Emerald Insights“ durchgeführt, die den Zugang zu den aktuellen Zeitschriften, unter anderem, in Management, Rechnungswesen und Finanzen anbietet. Auf der Abbildung 1 ist die Zusammenfassung der Ergebnisse zu beobachten. In Klammern ist die Anzahl relevanter Artikel zu finden.

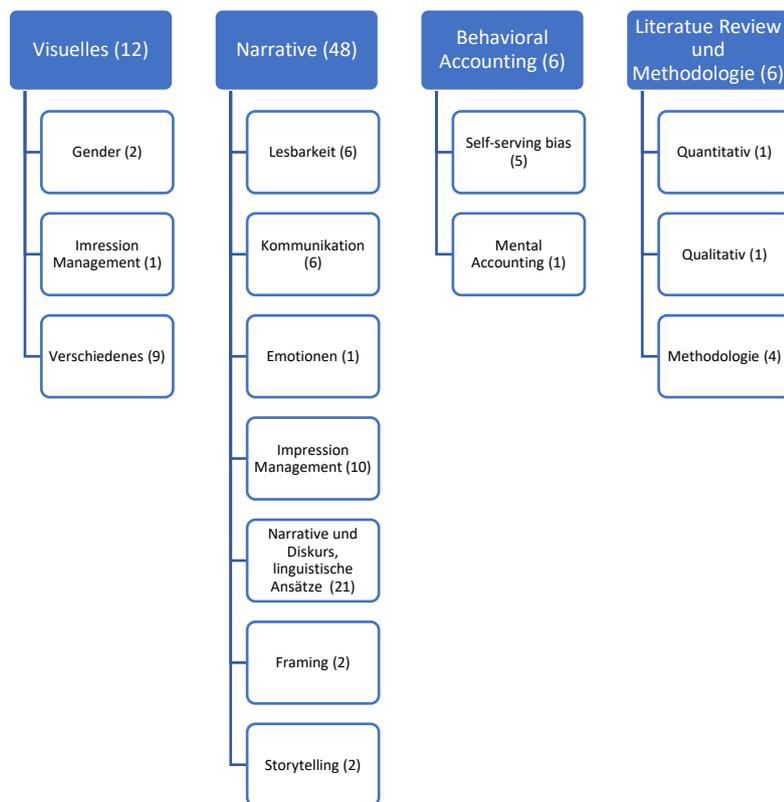


Abbildung 1. Hotspots in der Literatur zur Forschung von Geschäftsberichten

Für die Literaturresearch wurden folgende Suchbegriffe und Kombinationen von Suchbegriffen verwendet (in englischer Sprache): 'Annual Report' (115 000 Ergebnisse), 'Corporate Reporting' (99 000 Ergebnisse), 'CEO's Letter' (815 Ergebnisse), 'Chairman's statement' (891 Ergebnisse), 'Annual Report' und 'Analysis' (101 000 Ergebnisse), 'Annual Report' und 'Readability' (1 000 Ergebnisse), 'Annual Report' und 'Disclosure' (15 000 Ergebnisse), 'Annual Report' und 'Accounting Narratives' (10 000 Ergebnisse), 'Annual Report' und 'Management Discussion' (76 000 Ergebnisse), 'Annual Report' und 'Communication' (64 000 Ergebnisse), 'Annual Report' und 'Framing' (29 000 Ergebnisse), 'Annual Report' und 'Impression Management' (11 000 Ergebnisse), 'Annual Report' und 'Narratives' (13 000 Ergebnisse), 'Annual Report' und 'Discourse' (14 000 Ergebnisse), 'Annual Report' und 'Behavioral' (36 000 Ergebnisse). Von 100 bis 500 Treffer der nach den relevanten Suchbegriffen gefundenen Ergebnisse wurden für jeweils jeden Suchbegriff angeschaut.

Nach der Analyse der Abstracts und Literaturverzeichnisse der gefundenen relevanten Artikel wurde eine Liste aus 72 Literaturquellen erstellt. Ferner wurden die Artikel nach Themen und Subthemen kategorisiert und analysiert.

Die Bewertung der Qualität der Studien wurde mithilfe des Ratings des Verbandes der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft (VHB) Jourqual 3 durchgeführt, indem die Artikel aus den Journals ohne Rating beseitigt wurden. Im folgenden Kapitel wird eine qualitative Auswertung von ausgewählten 32 Artikeln dargestellt, die in die vier folgenden ‚Hotspots‘ aufgeteilt wurden: Lesbarkeit, visuelle Kommunikation, Narrative und Verhaltensforschung.

4. Ergebnisse der qualitativen Literaturanalyse

4.1. Hotspot ‚Lesbarkeit‘

In seinem Artikel "Narrative Disclosures Contained in Financial Reports: Means of Communication or Manipulation?" in der Zeitschrift "Accounting and Business Research" aus dem Jahr 1979 behauptete Adelberg, dass anstatt des von Regulatoren erwarteten ‚user-oriented reporting‘ eher vom ‚management-oriented reporting‘ die Rede sei. Der Autor selbst und die von ihm erwähnten seit 1960er durchgeführten Forschungen lieferten zahlreiche empirische Beispiele für die Manipulationen in den finanziellen Berichten. Die Manipulationen bestanden darin, dass die negativen Ergebnisse in Geschäftsberichten mit wesentlich schwieriger zu verstehenden Sprache beschrieben wurden, während die positiven Ergebnisse mit leicht verständlicher Sprache

kommuniziert wurden.¹¹ Da das Problem bei einzelnen Forschungen an deren Subjektivität lag, widmete Adelberg seine spätere Forschung der Ausarbeitung einer Methodologie zur objektiven Messung der Verständlichkeit, die später als ‚Lesbarkeit‘ (‚Readability‘) bezeichnet wurde.¹²

Die Lesbarkeit von Berichten und ihr Zusammenhang mit den Geschäftsergebnissen bekam höhere Aufmerksamkeit. Baker und Kare stellten im Paper „Relationship Between Annual Report Readability and Corporate Financial Performance“ fest, dass Jahresberichte größerer Unternehmen tendenziell besser lesbar sind, als die von kleineren Unternehmen (da für die kleineren Unternehmen ein niedrigeres Qualitätsniveau des Reportings erforderlich sei). Laut den Autoren korreliert die Länge des Aktionärsbriefs positiv mit der Anzahl der Stammaktien sowie der Lesbarkeitsindex mit der Eigenkapitalrendite. Die Korrelation zwischen der Länge des Aktionärsbriefs und der Rentabilität erwies sich ebenso positiv und statistisch signifikant. Baker und Klare schließen daraus, dass die Geschäftsführung profitablerer Unternehmen in ihren Berichten ausführlicher ist, als ihre Kollegen aus Unternehmen mit geringerer Rentabilität.¹³ Heutzutage ist die Lesbarkeit von Geschäftsberichten ein maßgeblich erforschtes Thema, wobei die verschiedenen Methoden ausgearbeiteten wurden (u.a. FOG Index). Ein Überblick über die ausgewählten aktuellen Publikationen zur Lesbarkeit ist in der folgenden Tabelle zu finden.

Tabelle 1. Ausgewählte Publikationen zur Lesbarkeit von Geschäftsberichten

Jahr	Autor(en)	Titel	Zeitschrift (VHB-Jourqual 3 Rating)	Herkunft der Stichprobe, Ansatz
2008	Li, Feng	Annual report readability, current earnings, and earnings persistence	Journal of Accounting and Economics (A+)	USA, Fog Index der Lesbarkeit
2017	Ertugrul, M. et al.	Annual Report Readability, Tone Ambiguity, and the Cost of Borrowing	Journal of Financial and Quantitative Analysis (A)	USA, Logarithmus von 10-K Dateigröße, Loughran- und McDonald-Sentiment-Wortlisten für unsichere und schwache modale Wörter
2018	Bushee, B. et al.	Linguistic Complexity in Firm Disclosures: Obfuscation or Information?	Journal of Accounting Research (A+)	USA, Informationsasymmetrie, FOG-Index der Lesbarkeit
2019	Boubaker, S. et al.	Annual report readability and stock liquidity	Financial Markets, Institutions & Instruments (k.R.)	Frankreich, Computerlinguistik, Abby FineReader Optical Character Recognition Engine, Gunning-Fog-Index der Lesbarkeit
2020	Blanco, B. et al.	How do auditors respond to low annual report readability?	Journal of Accounting and Public Policy (B)	USA, BOG Index der Lesbarkeit

Quelle: eigene Darstellung

Die Forschungsergebnisse stimmen miteinander überein und zeigen, dass die Geschäftsberichte von Unternehmen mit niedrigeren Erträgen schwieriger lesbar sind (höherer FOG Index und

¹¹ Vgl. Adelberg 1979b. S.179 f.

¹² Vgl. Adelberg 1979a. S.565 ff.

¹³ Vgl. Baker und Kare 1992. S 3-4.

höhere Seitenzahl) und, dass Unternehmen mit besser lesbaren Jahresberichten anhaltend positive Gewinne erzielen.¹⁴ Firmen mit umfangreicheren Geschäftsberichten und einem höheren Anteil an unsicheren und schwachen Modalwörtern haben strengere Kreditvertragsbedingungen und ein höheres zukünftiges Aktienkurs-Crash-Risiko.¹⁵ Laut Bushee sollen zwei latente Komponenten der sprachlichen Komplexität getrennt untersucht werden. Die ‚Informationskomponente‘ ist negativ mit der Informationsasymmetrie verbunden, während die ‚Verschleierungskomponente‘ positiv mit der Informationsasymmetrie korreliert.¹⁶ Nach Boubaker behindern die schwer lesbaren Texte die Fähigkeit der Anleger, Informationen zu verarbeiten, und verringern dadurch ihre Kaufbereitschaft.¹⁷ Die geringere Lesbarkeit führt zu den längeren Prüfungsverzögerungen und höheren Wirtschaftsprüfungsgebühren.¹⁸

4.2. Hot-Spot ‚Visuelle Kommunikation‘

1992 wurde eine Forschung über die Verwendung von männlichen und weiblichen Porträts in den Geschäftsberichten von 25 amerikanischen Fluggesellschaften durchgeführt. Es wurde gezeigt, dass Frauen ikonografisch in unterwürfigen, weniger ernsten Rollen im Vergleich zu Männern dargestellt werden. Die Autorinnen der Forschung beurteilen dies als eine Stereotypisierung von Geschlechterrollen.¹⁹ Auch die anderen Aspekte des visuellen Framings in den Geschäftsberichten werden intensiv erforscht. In der Tabelle 2 werden die ausgewählten Publikationen zur visuellen Kommunikation dargestellt:

Tabelle 2. Ausgewählte Publikationen zur visuellen Kommunikation in Geschäftsberichten

Jahr	Autor(en)	Titel	Zeitschrift (VHB-Jourqual 3 Rating)	Herkunft der Stichprobe, Ansatz
1996	Preston, A. et al.	Imag[in]ing annual reports	Accounting, Organizations and Society (A)	USA, Semiotik, Konstruktivismus
2004	Courtis, J.	Colour as visual rhetoric in financial reporting	Accounting Forum (C)	Hong Kong
2011	Davison, J.	Barthesian perspectives on accounting communication and visual images of professional accountancy	Accounting, Auditing & Accountability Journal (B)	USA, Semiotik (Barthes)
2015	Falschlunger, L. et al.	Impression management in annual reports of the largest European companies	Journal of Applied Accounting Research (C)	EU, Impression Management
2018	Havemo, E.	Visual trends in the annual report: the case of Ericsson 1947-2016	Corporate Communications: An International Journal (k.R.)	USA

Quelle: eigene Darstellung

¹⁴ Vgl. Li 2008. S.221

¹⁵ Vgl. Ertugrul et al. 2017. S.811

¹⁶ Vgl. Bushee et al. 2018. S.3 ff

¹⁷ Vgl. Boubaker et al. 2019. S. 159 ff.

¹⁸ Vgl. Blanco et al. 2020. S.1

¹⁹ Vgl. Anderson und Imperia 1992. S.113

Die Forschungsergebnisse zeigen, dass die Farbe in der Kommunikation keine neutralen Effekte hat. Wenn sich die Rentabilität ändert, werden die Geschäftsberichte bunter.²⁰ Die Verwendung von Grafiken und Fotos in Rahmen der Geschäftsberichte einzelner Unternehmen kann sich wegen internen (Leistung, individuelle Präferenzen, Strategie) und externen (Gesetzgebung, Branchentransformation) Faktoren ändern.²¹ Falschlunger stellt fest, dass die Grafiken in den Geschäftsberichten von europäischen Unternehmen nicht der Verbesserung der Wahrnehmung der Information seitens des Nutzers dienen, sondern um die für das Unternehmen vorteilhafte Tendenzen hervorzuheben.²²

4.3. Hot-Spot ‚Narrative‘

Visuelle Kommunikation in den Geschäftsberichten spielt eine elementare Rolle; die Inhalte des narrativen Reporting lassen sich jedoch als ebenso bedeutsames Thema beurteilen, sowohl nach der ständigen Entwicklung gesetzlicher Anforderungen als auch nach der Anzahl der Forschungen. Die Tabelle 3 enthält eine Auswahl von Publikationen, die sich inhaltlich mit den Narrativen in Geschäftsberichten beschäftigen.

Tabelle 3. Publikationen zu Narrativen in Geschäftsberichten

Jahr	Autor(en)	Titel	Zeitschrift (VHB-Jourqual 3 Rating)	Herkunft der Stichprobe, Ansatz
1990	Gibbins et al.	The Management of Corporate Financial Disclosure: Opportunism, Ritualism, Policies, and Processes	Journal of Accounting Research (A+)	Canada, grounded theory, Interviews
1997	Thomas, J.	Discourse in the Marketplace: The Making of Meaning in Annual Reports	Journal of Business Communication (k.R.)	USA, Systemisch-funktionale Linguistik (Halliday)
1998	Hyland, K.	Exploring Corporate Rhetoric: Metadiscourse in the CEO's Letter	Journal of Business Communication (k.R.)	Hong Kong, Diskurs Analyse
2002	Yuthas, K. et al.	Communicative Action and Corporate Annual Reports	Journal of Business Ethics (B)	USA, Communicative action nach Habermas
2004	Craig, R. et al.	Enron discourse: the rhetoric of a resilient capitalism	Critical Perspectives on Accounting (B)	USA, Diskurs Analyse
2004	Tauringana, V. et al.	Neutrality of narrative discussion in annual reports of UK listed companies	Journal of Applied Accounting Research (C)	UK, Diskurs Analyse
2005	Balata, P. et al.	Narratives vs Numbers in the Annual Report: Are They Giving the Same Message to the Investors?	Review of Accounting and Finance (C)	Canada, Content analysis
2005	Rutherford, B.	Genre Analysis of Corporate Annual Report Narratives	Journal of Business Communication (k.R.)	UK, Korpuslinguistik
2006	Clatworthy, M. et al.	Differential patterns of textual characteristics and company performance in the chairman's statement	Accounting, Auditing & Accountability (B)	UK, Diskurs Analyse
2006	Crowther, D. et al.	The poetics of corporate reporting: Evidence from the UK water industry	Critical Perspectives on Accounting (B)	UK, ‚structural poetics‘
2007	Schleicher, T. et al.	Loss firms' annual report narratives and share price anticipation of earnings	The British Accounting Review (C)	UK, Diskurs Analyse

²⁰ Vgl. Courtis 2004. S.265

²¹ Vgl. Havemo 2018. S.312

²² Vgl. Falschlunger et al. 2015. S. 383

Alina Alexenko: Geschäftsberichte als ein Forschungsobjekt und die Relevanz von Behavioral Economics für die Unternehmensberichterstattung

2012	Davis, A. et al.	Beyond the Numbers: Measuring the Information Content of Earnings Press Release Language	Contemporary Accounting Research (A+)	USA, linguistic theory, DICTION
2017	Sandell, N.; Svensson, P.	Writing write-downs: the rhetoric of goodwill impairment (k.R.)	Qualitative Research in Accounting & Management (B)	Schweden, Accounts nach Scott and Lyman
2019	Martins, A. et al.	Telling a success story through the president's letter	Qualitative Research in Accounting & Management (B)	Storytelling, Impression management
2020	Athanasakou, V. et al.	Annual Report Narratives and the Cost of Equity Capital: U.K. Evidence of a U-shaped Relation	European Accounting Review (A)	UK, word-count-based index
2020	Craig, R.; Amernic, J.	Autobiographical vignettes in annual report CEO letters as a lens to understand how leadership is conceived and enacted	Accounting, Auditing & Accountability Journal (B)	Canada, Storytelling, Impression management
2020	Pengnate, S. et al.	Top management's communication in economic crisis and the firm's subsequent performance: sentiment analysis approach	Corporate Communications: An International Journal (k.R.)	USA, Japan, Natural Language Processing

Quelle: eigene Darstellung

Die Literaturlauswertung zeigt, dass die Kommunikationsstrategien und die typischen Diskurse im Aktionärsbrief und im Geschäftsbericht im Fokus stehen. Neben dem Ansatz der Korpuslinguistik²³ werden auch die in der Literaturkritik verbreiteten Ansätze der Erzähltheorie nach Genette oder ‚structural poetics‘²⁴ verwendet. Die Forschungen zeigen bestimmte Grade der manipulativen Wirkung von Geschäftsberichten. So werden, wenn die Gewinne sinken, mehr Passivkonstruktionen und mehr Gerundien („being“) verwendet. Bei ‚schlechten‘ Nachrichten wird mehr auf eine sachliche, ‚objektive‘ Situation hingewiesen, die durch die Umstände verursacht werde und nicht auf Personen zurückzuführen sei, die anderenfalls für verantwortlich gehalten werden könnten.²⁵ Laut Taurigana enthielten die freiwilligen Texte in den Geschäftsberichten einen deutlich höheren Anteil an guten Nachrichten, als die gesetzlich vorgeschriebenen Texte. Das heißt, dass die Unternehmensleitung gute Nachrichten in den optionalen Teilen des Berichtes hervorhebt.²⁶ Clatworthy und Jones fanden Hinweise darauf, dass sich unrentable Unternehmen mehr auf die Zukunft als auf die Leistung in der Vergangenheit konzentrieren.²⁷ Im Sinne der Interessen der Investoren ist es bedeutsam, inwiefern die Narrative in den Berichten helfen, die zukünftige Entwicklung von finanziellen Ergebnissen einzelner Unternehmen vorauszusagen.²⁸

Yuthas setzt die Theorie des kommunikativen Handels von Habermas ein und behauptet, dass der narrative Teil des Geschäftsberichts als ein Instrument verwendet wird, um Informationen über die

²³ Beispielweise Rutherford 2005.

²⁴ Vgl. Crowther et al. 2006. S.175 ff.

²⁵ Vgl. Thomas 1997. S.47 ff.

²⁶ Vgl. Taurigana und Chong 2004. S.74 ff.

²⁷ Vgl. Clatworthy und Jones 2006. S.493

²⁸ Vgl. Schleicher et al. 2007. S.153

Richtigkeit und Vertrauenswürdigkeit des Managements sowie die Finanzlage des Unternehmens zu kommunizieren. Die Unternehmen, die sowohl gute als auch schlechte Finanzergebnisse erwarten, zeigen ein höheres Maß an kommunikativem Handeln, als ein zusammengesetztes Durchschnittsunternehmen.²⁹

Nach Hyland bezieht sich der Metadiskurs³⁰ auf Aspekte der Textstruktur, die über das Thema hinausgehen und die Einstellung des Autors signalisieren. Mit Metadiskursen können CEOs die von ihnen bereitgestellten Informationen mithilfe von Formulierungen steuern, die diese Informationen organisieren und auswerten, um den Lesern zu zeigen, wie sie das Thema verstehen und bewerten sollen.³¹ Craig und Amernic haben die Enron Mikrodiskurse³² analysiert und festgestellt, dass diese Rhetorik die Ideologie des Kapitalismus und ihre ‚Ehrfurcht vor dem Markt‘ demonstrierte. Laut den Autoren legte der Mikrodiskurs auch nahe, dass einige der am Zusammenbruch von Enron beteiligten Unternehmensleiter betrügerisch, egozentrisch, arrogant und realitätsfern wären.³³

Sandell und Swenson analysieren, wie die schwedischen Unternehmen die Abwertung von Goodwill begründen. Die Autoren beobachten die Begründungen anhand der Theorie von sprachlichen Accounts nach Lyman.³⁴ Dieser Erklärungsansatz stammt aus der Soziologie und untersucht Self-Impression-Management und die Legitimierungs-Strategien von Akteuren in der Gesellschaft.³⁵ Die neueren Forschungen untersuchen die Strategien des korporativen Impression Management³⁶ und Storytelling^{37 38}, die Sprache als Mittel für das Konstruieren der korporativen Realität und die Rolle von Optimismus³⁹ und Emotionen in der Managementkommunikation während der Krisen.⁴⁰

²⁹ Vgl. Yuthas et al. 2002. S.141

³⁰ Metadiskurs ist ein Überbegriff für Wörter, die von einem Autor verwendet werden, um den Zweck oder Kontext eines Textes zu kennzeichnen oder den Inhalt des Satzes zu kommentieren (oftmals als einleitender Adverbialsatz).

³¹ Vgl. Hyland 1998. S. 224 ff.

³² Craig und Amernic verwenden Ansätze der Diskursanalyse nach Alvesson und Kärreman, wobei unter Mikrodiskurs, Mesodiskurs, Großer Diskurs und Megadiskurs unterschieden wird. Mikrodiskurs bedeutet eine Untersuchung des Sprachgebrauchs im Detail, in sozialen Texten, die in einem spezifischen Mikrokontext verwendet werden. Die Absicht der Analyse von Mesodiskurs ist es, über die Details des Textes hinauszugehen und auf ähnliche lokale Kontexte zu verallgemeinern. Großer Diskurs bedeutet eine Ansammlung von Diskursen, die als integraler Rahmen verstanden werden. Megadiskurs-Analyse befasst sich typischerweise mit standardisierten Arten der Bezugnahme (oder Konstituierung) einer Art von Phänomen, z. B. Business Re-Engineering, Diversität oder Globalisierung (vgl. Craig und Amernic 2020, S. 816).

³³ Vgl. Craig und Amernic 2004. S. 813 ff.

³⁴ Der Account-Begriff bedeutet in den konversationsanalytischen Forschungen von Scott und Lyman die Äußerungen zur Rechtfertigung einer vorangegangenen abweichenden Verhaltung.

³⁵ Vgl. Sandell und Svensson 2017. S. 81 ff.

³⁶ Vgl. Merkl-Davies et al. 2011.

³⁷ Vgl. Martins et al. 2019.

³⁸ Vgl. Craig und Amernic 2020.

³⁹ Vgl. Balata und Breton 2005. S. 5 ff.

⁴⁰ Vgl. Pengnate 2020. S.187 f.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sich die narrative Forschung von Geschäftsberichten in den letzten Jahrzehnten rasant entwickelte. Beattie bezeichnete diese Strömung als „Narrative Turn in Accounting Research“.⁴¹ Die Forscherin schlägt eigene Designkonzepte zur narrativen Forschung in Bezug auf die Accounting Kommunikation vor, indem die folgenden Fragen zu beantworten sind:

- Was und wie wurde berichtet: Thema, Qualität, Quantitatives, Lesbarkeit, Zukunftsorientierung, Impression Management (Ton, Rhetorik, Attribution), Storytelling;
- Wodurch können die beobachteten Praktiken auf Mikro- (Individuum, Gruppe), Meso- (Markt) und Makro- (Gesellschaft) Ebenen erklärt werden;
- Welche Interaktionseffekte sind zu beobachten (in Bezug auf Informationskanäle, Formate, freiwillige versus gesetzlich vorgeschriebene Berichte etc.);
- Erklärung der Praktiken des Autor-Narrator (interpretative/kritische Forschungen);
- Was sind die Konsequenzen der beobachteten Praktiken auf drei Ebenen;
- Was soll berichtet werden (Verbesserungsvorschläge).⁴²

In ihrer Literaturforschung unterscheidet die Autorin zwischen ‚European Tradition‘ (wobei es in der ersten Linie um die Publikationen in Großbritannien geht) und ‚North-American Tradition‘ (aus der USA stammende Publikationen). Zu den Unterschieden gehört beispielweise die Terminologie. So wird in Großbritannien der Fachterminus ‚account narratives‘ verwendet und in Nordamerika ‚voluntary disclosure‘. Die von Beattie angebotene Einschätzung über die Entwicklung von wissenschaftlichen Fragenstellungen stimmt in groben Zügen mit der in diesem Kapitel dargestellten Auswahl der Themen überein: Lesbarkeit, Visuelles, Ansätze der Literatur-Kritik (‚literary theory‘), linguistische Ansätze (u.a. Korpuslinguistik, Soziolinguistik), qualitative und quantitative Inhaltsanalyse, Informationsasymmetrie und Prinzipal-Agent Beziehung, kritische Analyse von Diskursen, Impression Management etc.

4.4. Hot-Spot ‚Behavioral Studies‘

Beattie erwähnt zwar, dass auch die Verhaltensforschung und Prospect Theorie von Kahneman und Tversky einen wesentlichen Einfluss auf die ‚Narrative Accounting Research‘ hatten, liefert aber nur sehr wenige Beispiele, die alle durch das Self-Serving Bias (Synonyme: Self-Attribution Bias) begrenzt sind. Die hier vorliegende Literaturlauswertung brachte ähnliche Ergebnisse hervor. In der Tabelle 4 werden einzelne Publikationen dargestellt, die mit der Verhaltensforschung verbunden werden können.

⁴¹ Vgl. Beattie 2014, S. 111.

⁴² Vgl. Ebd., S. 34-36.

Tabelle 4. Publikationen zur Verhaltensforschung von Geschäftsberichten

Jahr	Autor(en)	Titel	Zeitschrift (VHB-Jourqual 3 Rating)	Herkunft der Stichprobe, Ansatz
1991	Clapham, S.; Schwenk, Ch.	Self-serving attributions, managerial cognition, and company performance	Strategic Management Journal (A)	US, Self-serving bias
2001	Aerts, W.	Inertia in the attributional content of annual accounting narratives	European Accounting Review (A)	Belgium, Self-serving bias
2003	Clatworthy, M.; Jones, M.	Financial reporting of good news and bad news: evidence from accounting narratives	Accounting and Business Research (B)	UK, Self-serving bias
2005	Aerts, W.	Picking up the pieces: impression management in the retrospective attributional framing of accounting outcomes	Accounting, Organizations and Society (A)	Belgium, Self-serving bias
2014	Bonner, S. et al.	Mental Accounting and Disaggregation Based on the Sign and Relative Magnitude of Income Statement Items	The Accounting Review (A+)	Experiment, Mental accounting

Quelle: eigene Darstellung

Ausgangspunkt der Attributionstheorie war die Veröffentlichungen von Heider.⁴³ Es ist dreißig Jahre her, als die ersten Untersuchungen zu Attributionserklärungen in Unternehmensjahresberichten durchgeführt wurden. Aerts war der führende Befürworter einer bestimmten Form des Impression Managements - der Attributionstheorie. Die Zuschreibung ist eine Form des kausalen Denkens, die sich auf die Diagnose der Ursache bereits eingetretener Ereignisse bezieht.⁴⁴

Bonner stellte in einem Experiment fest, dass durch die Prospect Theory und Mental Accounting Theory erklärt werden kann, wie die Manager die Verluste und Gewinne darstellen (aggregieren oder segregieren), da es einen Zusammenhang zwischen der Höhe des Gewinns oder des Verlust und der Loss-Aversion-Kurve nach Kahneman gibt.⁴⁵

5. Diskussion

5.1. Empirische Auswertung von deutschsprachigen Geschäftsberichten als ein aktuelles Forschungsdesiderat

Im quantitativen Review von Qian und Sun wurden die folgenden Ergebnisse über die geografische Verteilung von Publikationen berichtet: USA (47 Artikel), Großbritannien (42 Artikel), Australien (24 Artikel), China (22 Artikel), Kanada (16 Artikel), Tschechische Republik (13 Artikel),

⁴³ Vgl. Heider 1944. S.358 ff.

⁴⁴ Vgl. Aerts 2005. S.493 ff.

⁴⁵ Vgl Bonner et al. 2014. S, 2087 ff.

Niederlande (12 Artikel), Italien (10 Artikel), Rumänien (8 Artikel) und Belgien (7 Artikel).⁴⁶ Da sowohl in der Literaturlauswertung von Qian und Sun als auch in vorliegender Literaturlauswertung keine deutschen Forschungen zu finden sind, wurde zusätzlich eine gezielte Suche nach deutschen Quellen (im Sinne der Sprache, Stammort der Forschungsinstituts und der Herkunft der Stichprobe) vorgenommen, die folgende Ergebnisse brachte. Das Buch von Rudi Keller „Der Geschäftsbericht. Überzeugende Unternehmenskommunikation durch klare Sprache und gutes Deutsch“ untersucht Texte von deutschen Unternehmen, die an einem Wettbewerb von Geschäftsberichten teilnahmen, und liefert praktische Empfehlungen, wie die Unternehmen die Sprache in den Berichten verbessern können.⁴⁷ Von Demarmels und Kesselheim wurde der Sammelband „Textsorten in der Wirtschaft. Zwischen textlinguistischem Wissen und wirtschaftlichem Handeln“ herausgegeben, der einige Artikel zur Analyse von Geschäftsberichten bzw. den Aktionärsbrief enthält.⁴⁸ Reck untersucht in seiner Arbeit „Kultur und Sprache im Geschäftsbericht: Gestaltung von Textinformationen“ zwar die Kulturunterschiede, arbeitet aber nur mit englischsprachigen Geschäftsberichten.⁴⁹

Es wurden keine Forschungen gefunden, die sich der Analyse der Sprache und der Narrative von deutschsprachigen Geschäftsberichten widmen. Wenn die Größe der Markkapitalisierung vom HDAX-Index in Kauf genommen wird, wird die Bedeutung einer solchen Forschung vom Standpunkt der Investoren offensichtlich. Darüber hinaus stellt sich die Frage, inwiefern Unterschiede zwischen deutschsprachigen und englischsprachigen Berichten zu finden sind, die vom institutionellen Hintergrund beziehungsbasierter versus marktbasierter Finanzsysteme resultieren.

5.2. Mental Accounting und ‚Hedonic Framing‘ als eine Forschungsbasis für die Untersuchung von Geschäftsberichten

Obwohl sich die Verhaltensforschung im Rechnungswesen in ihrer Entwicklung hin dynamisch zeigt,⁵⁰ bleibt der Attribution Bias weitgehend die einzige maßgeblich erforschte verhaltensbezogene Gesetzmäßigkeit in Bezug auf Geschäftsberichte. Einzelne seltene Forschungen heben andere Forschungsfragen hervor, wie zum Beispiel Bonner über das Mental

⁴⁶ Vgl. Qian und Sun 2021.

⁴⁷ Vgl. Keller 2006.

⁴⁸ Vgl. Demarmels und Kesselheim 2011.

⁴⁹ Vgl. Reck 2016.

⁵⁰ Vgl. Sorensen 1990. S.327 ff.

Accounting in Bezug auf finanzielles Berichtswesen.⁵¹ Das lässt sich als aussichtsreiche Forschungsagenda beurteilen.

Mental Accounting ist einer der zentralen Begriffe der Verhaltensforschung. Nach Richard Thaler sind die drei Komponenten des Mental Accountings folgende:

- wie Ergebnisse wahrgenommen und erlebt werden und wie die daraus resultierenden Entscheidungen getroffen und anschließend bewertet werden;
- wie die Aktivitäten bzw. die Einnahmen und Ausgaben zu bestimmten ‚mentalenen‘ Konten (Accounts) zugeordnet werden;
- die Häufigkeit, mit der diese ‚Konten‘ ausgewertet werden.⁵²

Der Begriff der Verlust-Aversion bezeichnet das Phänomen, dass Menschen gegenüber Verlusten empfindlicher als gegenüber Gewinnen sind, was für das Mental Accounting von zentraler Bedeutung ist. Die Verlust-Aversion manifestiert sich in zahlreichen empirischen Beobachtungen und zeigt bestimmte Gesetzmäßigkeit in Bezug auf die Höhe der Summe des Verlustes, die von Kahneman und Tversky mithilfe der Wertfunktion illustriert wurde.⁵³

Kahneman und Tversky und später auch Thaler unterscheiden zwischen drei möglichen ‚mentalenen Kontos‘: minimal, thematisch (topical) und umfassend (comprehensive). Das menschliche Mental Accounting sei ‚topical‘, das heißt immer mit Kontext verbunden. Wenn die Menschen die eventuellen Verluste oder Gewinne auswerten, denken sie nicht an das resultierende Ergebnis in Bezug auf ihr gesamtes Vermögen, wie es von einem rationalen homo economicus zu erwarten ist, sondern immer situativ. Jede Entscheidung ist an eine bestimmte Situation gebunden und wird in diesem Rahmen separat getroffen. So fahren Menschen in ein anderes fünf Kilometer entferntes Geschäft, um einen Rabatt in Höhe von fünf Dollar für einen 15 Dollar teuren Taschenrechner zu bekommen. Für den selben Rabatt auf eine 125 Dollar teure Jacke fahre hingegen kaum jemand in ein anderes Geschäft, so Thaler.⁵⁴

Aus der Wertfunktion ergibt sich nach Thaler das Framing von Gewinnen und Verlusten. Thaler unterscheidet zwischen dem Framing von Entscheidungen („decision frames“), wie es im Beispiel mit Taschenrechner versus Jacke demonstriert wurde und dem sogenannten hedonischen Framing. Das hedonische Framing bedeutet, dass die Menschen dazu geneigt sind, Informationen über die Gewinne und Verluste so darzustellen, dass sie am wenigsten ‚schmerzhaft‘ und möglichst ‚angenehm‘ wahrgenommen werden. In diesem Sinne seien folgenden Regeln zu erwarten:

⁵¹ Vgl Bonner et al. 2014, S. 2087 ff.

⁵² Vgl. Thaler 1999b. S.187

⁵³ Tversky und Kahneman 1981. S.454

⁵⁴ Vgl. Thaler 1999. S.184

- „(1) Segregate gains (because the gain function is concave).
- (2) Integrate losses (because the loss function is convex).
- (3) Integrate smaller losses with larger gains (to offset loss aversion).
- (4) Segregate small gains (silver linings) from larger losses (because the gain function is steepest at the origin, the utility of a small gain can exceed the utility of slightly reducing of a large loss).“⁵⁵

Aus diesen Regeln lässt sich vermuten, dass die Darstellung der Finanzergebnissen (saldiert oder separat) von Managern in den Geschäftsberichten von der relativen Größe des Gewinns oder des Verlustes abhängt. Dies wurde von Bonner et al. im Lauf von deren Experimenten bestätigt. Die Autoren haben festgestellt, dass Manager es im Allgemeinen vorziehen, den zugrundeliegenden Gewinn und Verlust zu aggregieren, um einen Nettogewinn auszuweisen, wenn Änderungen des beizulegenden Zeitwerts entweder zu einem kleinen oder großen Nettogewinn führen. Wenn im Gegensatz dazu Änderungen des beizulegenden Zeitwerts zu einem Nettoverlust führen, hängen die Präferenzen der Manager von der relativen Größenordnung der zugrunde liegenden Komponenten ab. Wenn sich der Nettoverlust aus einem großen Verlust und einem kleinen Gewinn zusammensetzt, bevorzugen Manager eine Desegregation. Wenn sich der Nettoverlust jedoch aus einem großen Verlust und einem großen Gewinn zusammensetzt, bevorzugen sie mit gleicher Wahrscheinlichkeit entweder eine Segregation oder eine Aggregation. Diese Ergebnisse zeigen, dass die Präferenzen von Managern mit dem Mental Accountings vereinbar sind⁵⁶, so Bonner.

Kim zeigt in seiner Arbeit, dass Menschen bei hoher Informationssalienz aktiv segregieren (wenn die Unterschiede in der Größe der Zahlen offensichtlicher sind). In seinem Experiment wurden die Teilnehmer gefragt, welches Angebot sie präferieren würden. Die Fragestellungen wurden für zwei verschiedene Gruppen in verschiedenen Weisen formuliert:

- a) entweder 81,75 USD inklusive Versand oder 68,99 USD plus 12,76 USD für Versand' (Roheinheitsrahmen),
- b) entweder 81,75 USD inklusive Versand oder 68,99 USD plus 18,85 % für Versand (Proportionsrahmen).⁵⁷

Obwohl mathematisch alle Fragestellungen identisch waren, war der Unterschied in der prozentuellen Darstellung auffälliger. Dies beeinflusste Entscheidungen der Teilnehmer im vollen Zusammenhang mit Mental Accounting. In der Erstellung sowie in der Auswertung von Geschäftsberichten ist somit zu berücksichtigen, wie die Trends dargestellt werden: in

⁵⁵ Thaler 1999. S.187.

⁵⁶ Vgl. Bonner et al. 2014.

⁵⁷ Vgl. Kim 2006. S.382 ff.

Roheineitsrahmen oder in Proportionsrahmen, weil die menschliche Neigung zum Mental Accounting eine verzerrte Wahrnehmung der finanziellen Information provozieren kann.

Neben dem Konzept des hedonischen Framing erklärt Thaler auch die anderen Aspekte des Mental Accountings. Im Kontext der Entscheidungsfindung gehören beispielsweise das Bevorzugen von Vorverkauf wegen Schuldenaversion, eine Fixierung auf die versunkenen Kosten, dynamisches Mental Accounting und ‚mentale Abschreibungen‘, negative Wahrnehmung der Zahlungsentkopplung etc. dazu. Das Budgetieren spielt ebenso eine Rolle (Verbrauchskategorien als topical accounts, das Ignorieren der Fungibilität des Geldes etc.). Auch der Einfluss der Zeit erklärt zahlreiche Besonderheiten des menschlichen Denkens in Bezug auf Mental Accounting (frühere Ergebnisse beeinflussen die Entscheidungen unter Risiko).⁵⁸ Die Literaturlauswertung zeigt, dass die oben genannten Aspekte des Mental Accountings in zahlreichen Experimenten bestätigt wurden. Mental Accounting wurde beispielsweise auch im sequenziellen Gefangenendilemma Spiel⁵⁹ und im Diktator Spiel⁶⁰ festgestellt. Forschungen untersuchten die Rolle des Mental Accountings von gesunkenen Kosten für die Budgetierung⁶¹, sowie die gesunkenen Kosten im Sinne der Zeit⁶² und das dynamische Mental Accounting in Bezug auf Zeit und Perioden, sowie die Schulden-Aversion.⁶³ Im Fokus der Forschung steht insbesondere das Verhalten von Investoren, z.B. die Frage, ob die Investoren in ihren Kauf- und Verkaufsentscheidungen Verluste aggregieren und Gewinne segregieren.⁶⁴ Experimente zeigen, dass, wenn sich eine der vielen Aktien eines Anlegers schlecht entwickelt, es sein kann, dass der Anleger die konkrete Entscheidung zum Kauf dieser Aktie bedauert. Mit anderen Worten: einzelne Aktiengewinne und -verluste kann der Anleger bei seinen Entscheidungen berücksichtigen, nicht hingegen das ganze Portfolio.⁶⁵ ⁶⁶ Ähnlich funktioniert auch die Diversifikationsheuristik, wobei zwei Portfolios separat angesehen werden: ein ‚sicheres‘ und ein ‚riskantes‘ (das Maximieren des Gesamtportfolioergebnisses wird nicht angestrebt, obwohl dies rational wäre).⁶⁷ Mental Accounting in der Preisgestaltung von Finanzoptionen⁶⁸ und im Steuer-Compliance⁶⁹ wurde ebenso erforscht. Es ist auffällig, dass die neueren Forschungen eine erweiterte Perspektive auf

⁵⁸ Vgl. Thaler 1999.

⁵⁹ Antonides 1994.

⁶⁰ Vgl. Cherry 2001.

⁶¹ Vgl. Heath 1995.

⁶² Vgl. Soman 2001.

⁶³ Vgl. Soster et al. 2010

⁶⁴ Vgl. Lim 2006.

⁶⁵ Vgl. Barberis und Huang 2001.

⁶⁶ Vgl. Brennan 2001.

⁶⁷ Vgl. Choi et al. 2009.

⁶⁸ Vgl. Rockenbach 2004.

⁶⁹ Vgl. Muehlbacher et al. 2017.

das Mental Accounting bieten, indem sie sich mit kognitiven Stilen⁷⁰ sowie kulturellen⁷¹ und individuellen Unterschieden⁷² im Mental Accounting beschäftigen.

In Bezug auf das Mental Accounting im Rechnungswesen und Berichtswesen lässt sich sagen, dass zwei Hauptfragen zu beantworten sind:

- wie werden Manager die finanzielle Information darstellen, wenn sie verlustavers sind und zum hedonischen Framing und anderen Biases des Mental Accountings neigen;
- welches korrespondierende Verhalten werden die Investoren auf die segregierte oder aggregierte Darstellung der Finanzergebnisse seitens der Manager sowie anderen Framing-Muster in den Geschäftsberichten zeigen.

Um ähnlichen Fragen zu beantworten, wurden in der vorherigen Forschung überwiegend Experimente durchgeführt. Wenn aber die notwendigen Forschungsdaten direkt aus den Geschäftsberichten kommen würden, könnte dies sowohl eine Verbindung mit tatsächlichen Praktiken bringen als auch die Möglichkeiten der Forschung mit zahlreichem empirischem Material erweitern.

In diesem Sinne ist beispielsweise das Segment-Reporting zu analysieren. Es ist zu vermuten, dass die ‚Loss-Making‘ Segmente seltener anzutreffen sind, weil im Zusammenhang mit dem hedonischen Framing die Segmente so ausgewählt werden, dass jedes davon ‚Profit-Making‘ wird. Wenn aber alle Segmente durchschnittlich profitabel sind, würden in dieser ‚durchschnittlich positiven‘ Information eventuelle negative Entwicklungen versteckt und es werde somit unmöglich, die notwendigen Maßnahmen zur Verbesserung der Profitabilität von einzelnen Profitzentren rechtzeitig zu treffen⁷³, so Bens.

Die aktuellen Leitlinien für die Finanzberichterstattung (IFRS) ermöglicht Managern gewisse Flexibilität bei der Aufgliederung von Posten der Gewinn- und Verlustrechnung (IAS 1).⁷⁴ Segment-Reporting wird daher konkret reglementiert (IFRS 8)⁷⁵ und die Saldierung von Posten (Offsetting) grundsätzlich verboten (IAS 1)⁷⁶. Dies soll die Möglichkeiten der Manager für Framing der finanziellen Information im Jahresabschluss einschränken. Nichtsdestotrotz können die jeweiligen Abweichungen in der Darstellung der Informationen im Lagebericht im Vergleich zum Jahresabschluss als Forschungsobjekte betrachtet werden.

⁷⁰ Vgl. Hossain 2018.

⁷¹ Vgl. Banerjee et al. 2019.

⁷² Vgl. Muehlbacher und Kirchler 2019.

⁷³ Vgl. Bens et al. 2018.

⁷⁴ WILEY-VCH 2019. S. 58-66

⁷⁵ Ebd. 2019. S. 919 - 930

⁷⁶ Ebd. 2019. S. 46-47

5.3. Die Rolle der Digitalisierung in der narrativen Forschung von Geschäftsberichten

Aus der Literaturlauswertung kann entnommen werden, dass sich die meisten Publikationen mit amerikanischen Unternehmen beschäftigen. Dies kann dadurch erklärt werden, dass der Geschäftsbericht in der USA hochstandardisiert und deswegen besser für die Analyse geeignet ist (Form 10-K SEC). Die Forschungsergebnisse im Bereich der Lesbarkeit wurden in den USA für die Verbesserung der Berichtswesensqualität schon 1998 offiziell durch die Veröffentlichung des SEC Plain English Handbook⁷⁷ implementiert. Laut der Association of Chartered Certified Accountants (ACCA) wird die digitale Analyse von Texten der Geschäftsberichte vom amerikanischen Regulator SEC aktiv immer häufiger verwendet, um eventuelle Beweise für Betrug und Manipulation zu entdecken.⁷⁸

Auch in Großbritannien bekommt diese Frage immer mehr Aufmerksamkeit. An der Lancaster University arbeitet gerade ein Forschungszentrum, um eine präzisere Technologie für die Sprachanalyse von UK Annual Reports zu entwickeln.⁷⁹ Eines der Probleme, das dafür gelöst werden soll, ist das Extrahieren der narrativen Information aus den nicht einheitlich strukturierten PDF-Dokumenten. Die Forscher der Lancaster Universität haben für diesen Zweck eine spezielle Software entwickelt. Darüber hinaus wurde auf der Webseite des Projektes eine Wörterliste veröffentlicht, die die Analyse der englischsprachigen Berichte erleichtern soll.

In der EU wurde ein EU-einheitliches elektronisches Berichtsformat für Unternehmensabschlüsse (European Single Electronic Format, ESEF) eingeführt, welches das html-Format vorsieht. Ein anderer Begriff für diese Technologie ist Extended Business Reporting Language (XBRL). Es geht hierbei darum, dass bestimmte Textfragmente mit speziellen Elementen markiert werden („Mapping“).⁸⁰ Die neue Regulierung betrifft in erster Linie den Jahresabschluss; es ist aber zu erwarten, dass auch die anderen Teile des Lageberichtes später auf diese Weise digitalisiert werden.⁸¹ In diesem Sinne ist auch zu erwarten, dass die Lösungen mithilfe der künstlichen Intelligenz für die Auswertung von Geschäftsberichten implementiert werden. Solche digitalisierten Analysen würden es ermöglichen, nicht nur die Zahlen, sondern auch die Texte in den Geschäftsberichten und ihre inhaltlichen Besonderheiten, ihre Lesbarkeit und Modalität schnell zu analysieren. Der Vergleich, der sowohl für mehrere Unternehmen als auch für eine Reihe

⁷⁷ Vgl. SEC 1998.

⁷⁸ Vgl. ACCA 2016.

⁷⁹ Vgl. ESRC Centre for Corpus Approaches to Social Science (CASS) 2017.

⁸⁰ Vgl. Richtlinie 213/50 EU

⁸¹ Vgl. Bär et al. 2018. S.72 ff.

von Geschäftsberichten eines einzelnen Unternehmens durchgeführt werden kann, würde die Vorhersagekraft einer Investitionsanalyse verbessern.

6. Fazit

Da die Gewinn- und Bilanzzahlen nicht ausreichen, um die Geschäftsperspektive zu beurteilen, werden schriftlichen Erläuterungen in den Geschäftsberichten von aktuellen und potenziellen Investoren erwartet. Diese Beschreibungen können vom Management verwendet werden, um sowohl die Wahrnehmung der Information seitens der Stakeholder zu verbessern aber auch, um diese zu beeinflussen. Framing-Patterns können, einerseits, die Wahrnehmung der Geschäftsinformation steuern und bestimmte Verhaltenswirkungen auslösen, aber auch, als Quelle für die verhaltensorientierte Forschung dienen und praktische Beispiele und Beweise der typischen Heuristiken liefern.

Die durchgeführte Literaturlauswertung zeigt, dass neben der Lesbarkeit, Modalität, visuellem Impression Management und inhaltlicher Analyse von Geschäftsberichten auch der Verhaltensansatz als Grundlage der Forschung von hoher Bedeutung ist. Im Vergleich zu den englischsprachigen Geschäftsberichten sind die Annual Reports in anderen Sprachen, zum Beispiel im Deutschen, wenig erforscht. Die letzten Entwicklungen in der Digitalisierung des Reporting, insbesondere European Single Electronic Format (ESEF) oder XBRL-Technologie, bieten neue Möglichkeiten für die Digitalisierung der Sprachanalyse von Berichten an. Dies schafft auch eine neue Nachfrage nach theoretisch-methodologischen Forschungen in diesem Bereich.

Alina Alexenko: Geschäftsberichte als ein Forschungsobjekt und die Relevanz von Behavioral Economics für die Unternehmensberichterstattung

Literaturverzeichnis

ACCA (2016): Text analytics mines corporate reports for fraud. Online verfügbar unter <https://www.accaglobal.com/lk/en/member/member/accounting-business/2016/02/insights/text-analytics.html>.

Adelberg, Arthur Harris (1979a): A Methodology for Measuring the Understandability of Financial Report Messages. In: *Journal of Accounting Research* 17 (2), S. 565. DOI: 10.2307/2490519.

Adelberg, Arthur Harris (1979b): Narrative Disclosures Contained in Financial Reports: Means of Communication or Manipulation? In: *Accounting and Business Research* 9 (35), S. 179–190. DOI: 10.1080/00014788.1979.9729157.

Aerts, W. (2001): Inertia in the attributional content of annual accounting narratives. In: *European Accounting Review* 10 (1), S. 3–32. DOI: 10.1080/09638180122562.

Aerts, Walter (2005): Picking up the pieces: impression management in the retrospective attributional framing of accounting outcomes. In: *Accounting, Organizations and Society* 30 (6), S. 493–517. DOI: 10.1016/j.aos.2004.07.001.

Anderson, C. J.; Imperia, G. (1992): The Corporate Annual Report: A Photo Analysis of Male and Female Portrayals. In: *Journal of Business Communication* 29 (2), S. 113–128. DOI: 10.1177/002194369202900201.

Antonides, Gerrit (1994): Mental accounting in a sequential Prisoner's Dilemma game. In: *Journal of Economic Psychology* 15 (2), S. 351–374.

Baker, E. H.; Kare, Dilip D. (1992): Relationship Between Annual Report Readability and Corporate Financial Performance. In: *Management Research News* 15 (1), S. 1–4. DOI: 10.1108/ebo28188

Balata, Pascal; Breton, Gaétan (2005): Narratives vs Numbers in the Annual Report: Are They Giving the Same Message to the Investors? In: *Review of Accounting Finance* 4 (2), S. 5–14. DOI: 10.1108/ebo43421.

Banerjee, Pronobesh; Chatterjee, Promothesh; Mishra, Sanjay; Mishra, Anubhav A. (2019): Loss is a loss, why categorize it? Mental accounting across cultures. In: *J Consumer Behav* 18 (2), S. 77–88. DOI: 10.1002/cb.1748.

Bär, Christian; Grädler, Thomas; Mayr, Robert (2018): Digitalisierung im Spannungsfeld von Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Recht. Berlin, Heidelberg: Springer Gabler.

Barberis, Nicholas; Huang, Ming (2001): Mental Accounting, Loss Aversion, and Individual Stock Returns. In: *The Journal of Finance* 56 (4), S. 1247–1292. DOI: 10.1111/0022-1082.00367.

Beattie, Vivien (2014): Accounting narratives and the narrative turn in accounting research: Issues, theory, methodology, methods and a research framework. In: *The British Accounting Review* 46 (2), S. 111–134. DOI: 10.1016/j.bar.2014.05.001.

Bens, Daniel A.; Monahan, Steven J.; Steele, Logan B. (2018): The Effect of Aggregation of Accounting Information via Segment Reporting on Accounting Conservatism. In: *European Accounting Review* 27 (2), S. 237–262. DOI: 10.1080/09638180.2016.1260488.

Blanco, Belen; Coram, Paul; Dhole, Sandip; Kent, Pamela (2020): How do auditors respond to low annual report readability? In: *Journal of Accounting and Public Policy*, S. 106769. DOI: 10.1016/j.jaccpubpol.2020.106769.

Bonner, Sarah E.; Clor-Proell, Shana M.; Koonce, Lisa (2014): Mental Accounting and Disaggregation Based on the Sign and Relative Magnitude of Income Statement Items. In: *The Accounting Review* 89 (6), S. 2087–2114. DOI: 10.2308/accr-50838.

Alina Alexenko: Geschäftsberichte als ein Forschungsobjekt und die Relevanz von Behavioral Economics für die Unternehmensberichterstattung

Boubaker, Sabri; Gounopoulos, Dimitrios; Rjiba, Hatem (2019): Annual report readability and stock liquidity. In: *Financial Markets, Institutions & Instruments* 28 (2), S. 159–186. DOI: 10.1111/fmii.12110.

Brennan (2001): Mental Accounting, Loss Aversion, and Individual Stock Returns: Discussion.

Bushee, B. J.; Gow, I. D.A.N.; Taylor, Daniel J. (2018): Linguistic Complexity in Firm Disclosures: Obfuscation or Information? In: *Journal of Accounting Research* 56 (1), S. 85–121. DOI: 10.1111/1475-679X.12179.

Cherry, Todd L. (2001): Mental accounting and other-regarding behavior: Evidence from the lab. In: *Journal of Economic Psychology* 22 (5), S. 605–615. DOI: 10.1016/S0167-4870(01)00058-7.

Choi, James J.; Laibson, David; Madrian, Brigitte C. (2009): Mental Accounting in Portfolio Choice: Evidence from a Flypaper Effect. In: *The American economic review* 99 (5), S. 2085–2095. DOI: 10.1257/aer.99.5.2085.

Clapham, Stephen E.; Schwenk, Charles R. (1991): Self-serving attributions, managerial cognition, and company performance. In: *Strat. Mgmt. J.* 12 (3), S. 219–229. DOI: 10.1002/smj.4250120305.

Clatworthy, Mark; Jones, Michael John (2003): Financial reporting of good news and bad news: evidence from accounting narratives. In: *Accounting and Business Research* 33 (3), S. 171–185. DOI: 10.1080/00014788.2003.9729645.

Clatworthy, Mark A.; Jones, Michael John (2006): Differential patterns of textual characteristics and company performance in the chairman's statement. In: *Acc Auditing Accountability J* 19 (4), S. 493–511. DOI: 10.1108/09513570610679100.

Courtis, John K. (2004): Colour as visual rhetoric in financial reporting. In: *Accounting Forum* 28 (3), S. 265–281. DOI: 10.1016/j.accfor.2004.07.003.

Craig, R.J.; Amernic, J.H. (2004): Enron discourse: the rhetoric of a resilient capitalism. In: *Critical Perspectives on Accounting* 15 (6-7), S. 813–852. DOI: 10.1016/j.cpa.2002.12.001.

Craig, Russell; Amernic, Joel (2020): Autobiographical vignettes in annual report CEO letters as a lens to understand how leadership is conceived and enacted. In: *AAAJ* 33 (1), S. 106–123. DOI: 10.1108/AAAJ-12-2018-3774.

Crowther, David; Carter, Chris; Cooper, Stuart (2006): The poetics of corporate reporting: Evidence from the UK water industry. In: *Critical Perspectives on Accounting* 17 (2-3), S. 175–201. DOI: 10.1016/j.cpa.2003.09.005.

Demarmels, Sascha; Kesselheim, Wolfgang (2011): Textsorten in der Wirtschaft. Zwischen textlinguistischem Wissen und wirtschaftlichem Handeln. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaft.

Ertugrul, Mine; Lei, Jin; Qiu, Jiaping; Wan, Chi (2017): Annual Report Readability, Tone Ambiguity, and the Cost of Borrowing. In: *J. Financ. Quant. Anal.* 52 (2), S. 811–836. DOI: 10.1017/S0022109017000187.

ESMA (2020): EUROPEAN SINGLE ELECTRONIC FORMAT. URL: <https://www.esma.europa.eu/policy-activities/corporate-disclosure/european-single-electronic-format>. Zuletzt geprüft: 15.06.2021

ESRC Centre for Corpus Approaches to Social Science (CASS) (2017): Analysing Corporate Communications. Online verfügbar unter <http://cass.lancs.ac.uk/analysing-corporate-communications/>.

Falschlunger, Lisa Maria; Eisl, Christoph; Losbichler, Heimo; Greil, Andreas Michael (2015): Impression management in annual reports of the largest European companies. In: *Journal of Applied Accounting Research* 16 (3), S. 383–399. DOI: 10.1108/JAAR-10-2014-0109.

Alina Alexenko: Geschäftsberichte als ein Forschungsobjekt und die Relevanz von Behavioral Economics für die Unternehmensberichterstattung

Havemo, Emelie (2018): Visual trends in the annual report: the case of Ericsson 1947-2016. In: *CCIJ* 23 (3), S. 312–325. DOI: 10.1108/CCIJ-03-2017-0015.

Heath, C. (1995): Escalation and DE-escalation of Commitment in Response to Sunk Costs: The Role of Budgeting in Mental Accounting. In: *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 62 (1), S. 38–54.

Heider (1944): Social perception and phenomenal causality. Social perception and phenomenal causality. *Psychological Review*, 51(6), 358–374. doi:10.1037/h0055425

Hossain, Mehdi Tanzeeb (2018): How Cognitive Style Influences the Mental Accounting System: Role of Analytic versus Holistic Thinking. In: *Journal of Consumer Research*. DOI: 10.1093/jcr/ucyo20.

Hyland, K. (1998): Exploring Corporate Rhetoric: Metadiscourse in the CEO's Letter. In: *Journal of Business Communication* 35 (2), S. 224–244. DOI: 10.1177/002194369803500203.

Jack, Lisa (Hg.) (2013): *The Routledge companion to accounting communication*. New York: Routledge (Routledge companions in business, management and accounting).

IASB (2021) IFRS® Practice Statement Exposure Draft ED/2021/6. URL: <https://www.ifrs.org/content/dam/ifrs/project/management-commentary/ed-2021-6-management-commentary.pdf>
Zuletzt geprüft: 03.11.2021

Keller, Rudi (2006): *Der Geschäftsbericht. Überzeugende Unternehmenskommunikation durch klare Sprache und gutes Deutsch*. 1. Auflage. Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler | GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden.

Keusch, Thomas; Bollen, Laury H.H.; Hassink, Harold F.D. (2012): Self-serving Bias in Annual Report Narratives: An Empirical Analysis of the Impact of Economic Crises. In: *European Accounting Review*, S. 1–26. DOI: 10.1080/09638180.2011.641729.

Kim, Hyeong Min (2006): The effect of salience on mental accounting: how integration versus segregation of payment influences purchase decisions. In: *J. Behav. Decis. Making* 19 (4), S. 381–391. DOI: 10.1002/bdm.534.

Li, Feng (2008): Annual report readability, current earnings, and earnings persistence. In: *Journal of Accounting and Economics* 45 (2-3), S. 221–247. DOI: 10.1016/j.jacceco.2008.02.003.

Lim, Sonya Seongyeon (2006): Do Investors Integrate Losses and Segregate Gains? Mental Accounting and Investor Trading Decisions*. In: *J BUS* 79 (5), S. 2539–2573. DOI: 10.1086/505243.

Martins, Adelaide; Gomes, Delfina; Oliveira, Lídia; Ribeiro, João Leite (2019): Telling a success story through the president's letter. In: *QRAM* 16 (3), S. 403–433. DOI: 10.1108/QRAM-03-2018-0018.

Merkel-Davies, Doris M.; Brennan, Niamh M.; McLeay, Stuart J. (2011): Impression management and retrospective sense-making in corporate narratives. In: *Acc Auditing Accountability J* 24 (3), S. 315–344. DOI: 10.1108/09513571111124036.

Muehlbacher, Stephan; Hartl, Barbara; Kirchler, Erich (2017): Mental Accounting and Tax Compliance. In: *Public Finance Review* 45 (1), S. 118–139. DOI: 10.1177/1091142115602063.

Muehlbacher, Stephan; Kirchler, Erich (2019): Individual Differences in Mental Accounting. In: *Frontiers in psychology* 10, S. 2866. DOI: 10.3389/fpsyg.2019.02866.

Alina Alexenko: Geschäftsberichte als ein Forschungsobjekt und die Relevanz von Behavioral Economics für die Unternehmensberichterstattung

Pengnate, Supavich; Lehmberg, Derek G.; Tangpong, Chanchai (2020): Top management's communication in economic crisis and the firm's subsequent performance: sentiment analysis approach. In: *CCIJ* 25 (2), S. 187–205. DOI: 10.1108/CCIJ-07-2019-0094.

Qian, Yubin; Sun, Ya (2021): Bibliometric analysis of literature on narrative discourse in corporate annual reports (1990–2019). In: *Qual Quant*. DOI: 10.1007/s11135-021-01135-5.

Reck, Robert (2016): *Kultur und Sprache im Geschäftsbericht*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Rockenbach, Bettina (2004): The behavioral relevance of mental accounting for the pricing of financial options. In: *Journal of Economic Behavior & Organization* 53 (4), S. 513–527. DOI: 10.1016/S0167-2681(03)00097-0.

Rutherford, B. A. (2005): Genre Analysis of Corporate Annual Report Narratives: A Corpus Linguistics-Based Approach. In: *Journal of Business Communication* 42 (4), S. 349–378. DOI: 10.1177/0021943605279244.

Sandell, Niklas; Svensson, Peter (2017): Writing write-downs: the rhetoric of goodwill impairment. In: *GRAM* 14 (1), S. 81–102. DOI: 10.1108/GRAM-04-2015-0045.

Schleicher, Thomas; Hussainey, Khaled; Walker, Martin (2007): Loss firms' annual report narratives and share price anticipation of earnings. In: *The British Accounting Review* 39 (2), S. 153–171. DOI: 10.1016/j.bar.2007.03.005.

SEC (1998): *A Plain English Handbook*. How to create clear SEC disclosure documents. Online verfügbar unter <https://www.sec.gov/pdf/handbook.pdf>.

Soman, Dilip (2001): The mental accounting of sunk time costs: why time is not like money. In: *J. Behav. Decis. Making* 14 (3), S. 169–185. DOI: 10.1002/bdm.370.

Sorensen, James E. (1990): The behavioral study of accountants: A new school of behavioral research in accounting. In: *Management Science* 11 (5), S. 327–341. DOI: 10.1002/mde.4090110506.

Soster, Robin L.; Monga, Ashwani; Bearden, William O. (2010): Tracking Costs of Time and Money: How Accounting Periods Affect Mental Accounting. In: *J Consum Res* 37 (4), S. 712–721. DOI: 10.1086/656388.

Strampelli, Giovanni (2018): The EU Issuers' Accounting Disclosure Regime and Investors' Information Needs: The Essential Role of Narrative Reporting. In: *Eur Bus Org Law Rev* 19 (3), S. 541–579. DOI: 10.1007/s40804-018-0112-8.

Taschner, Andreas (2015): *Management Reporting und Behavioral Accounting*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Taurigana, Venancio; Chong, Gin (2004): Neutrality of narrative discussion in annual reports of UK listed companies. In: *J Applied Accounting Research* 7 (1), S. 74–107. DOI: 10.1108/96754260480001035.

Thaler, Richard H. (1999): Mental accounting matters. In: *J. Behav. Decis. Making* 12 (3), S. 183–206. DOI: 10.1002/(SICI)1099-0771(199909)12:3<183::AID-BDM318>3.0.CO;2-F.

Thomas, J. (1997): Discourse in the Marketplace: The Making of Meaning in Annual Reports. In: *Journal of Business Communication* 34 (1), S. 47–66. DOI: 10.1177/002194369703400103.

Tversky, A.; Kahneman, D. (1981): The framing of decisions and the psychology of choice. In: *Science (New York, N.Y.)* 211 (4481), S. 453–458. DOI: 10.1126/science.7455683.

WILEY-VCH (2019): *International financial reporting standards (ifrs)2019 13e - deutsch-englische textausgabe der ... von der eu gebilligten standards*. english & german. [Place of publication not identified]: WILEY VCH.

Alina Alexenko: Geschäftsberichte als ein Forschungsobjekt und die Relevanz von Behavioral Economics für die Unternehmensberichterstattung

Yuthas, Kristi; Rogers, Rodney; Dillard, Jesse F. (2002): Communicative Action and Corporate Annual Reports. In: *J Bus Ethics* 41 (1/2), S. 141–157. DOI: 10.1023/A:1021314626311.

Verwendete Gesetzestexte:

Companies Act 2006 (2020), URL: <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2006/46/section/414C>, Zuletzt geprüft: 23.04.2021

HGB (2020): Handelsgesetzbuch in der im Bundesgesetzblatt Teil III, Gliederungsnummer 4100-1, URL: <https://www.gesetze-im-internet.de/hgb/BJNR002190897.html> Zuletzt geprüft: 23.04.2021

RICHTLINIE 2014/95/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. Oktober 2014, URL: <http://data.europa.eu/eli/dir/2014/95/oj> Zuletzt geprüft: 23.04.2021

Richtlinie 2013/50/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. Oktober 2013, URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX%3A2013L0050> Zuletzt geprüft: 23.04.2021

Geschäftsberichte:

BURBERRY GROUP PLC (2019). Annual report and accounts. URL: <https://www.burberryplc.com/content/dam/burberry/corporate/oar/documents/annual-report.pdf> Zuletzt geprüft am 11.04.2021.

Adidas (2019) Geschäftsbericht. URL: https://report.adidas-group.com/2019/de/serviceseiten/downloads/files/adidas_geschaeftsbericht_2019.pdf Zuletzt geprüft am 15.04.2021.

ANDRÁSSY WORKING PAPER SERIES
IN ECONOMICS AND BUSINESS ADMINISTRATION

ISSN 2560-1458

- 48 Alina Alexenko. 2022. „Geschäftsberichte als ein Forschungsobjekt und die Relevanz von Behavioral Economics für die Unternehmensberichterstattung“
- 47 Tamás Ginter. 2022. „Lockdown policies: a review of political effects on restrictive measures.“
- 46 Jörg J. Dötsch. 2021. „Theorizing emergence in framing complexity economics. A Reply.“
- 45 Jörg J. Dötsch. 2021. „Houses, but in what order? Asymmetric recovery in Hungary’s residential property market after the crisis.“
- 44 Storch, Rainer. 2020. „Gemeinsamkeiten und Differenzen der Motive von Führungspersonen gewinnrealisierender und dauerdefizitärer Monopolunternehmen“
- 43 Wontke, Christoph. 2020. „Historische Kapitalanlageperformance deutscher Lebensversicherer im Vergleich zum Kapitalmarkt: Sind die Lebensversicherer besser als ihr Ruf?“
- 42 Eckardt, Martina. 2019. „Cross-Border Cooperation via the EGTC – A Study on its Main Drivers of Adoption at the Regional Level“
- 41 Sehic, Jutta. 2019. „Networking and knowledge transfer – Returnee entrepreneurship in the Western Balkans. Research report Bosnia and Herzegovina“
- 40 Jürgens, Jonas. 2019. „Die Agenda zur besseren Rechtsetzung der Juncker-Kommission: Wirksamer Beitrag zur Stärkung der Union?“
- 39 Dörstelmann, Felix A. 2019. „Wettbewerb zwischen PEPP und PPP – Zur theoretische Modellierung des potenziellen Wettbewerbs zwischen pan-europäischen und nationalen Altersversorgeprodukten“

Alina Alexenko: Geschäftsberichte als ein Forschungsobjekt und die Relevanz von Behavioral Economics für die Unternehmensberichterstattung

38 Sehic, Jutta 2018. „Novelty and links in innovative firms’ networks: An analysis of SME in Central and South Eastern Europe“

37 Eckardt, Martina and Stefan, Okruch 2018. „The Legal Innovation of the European Grouping of Territorial Cooperation and its Impact on Systems Competition“

36 Wickström, Bengt-Arne, Templin, Torsten and Gazzola, Michele 2017. „An economics approach to language policy and linguistic justice“

35 Megyeri, Eszter 2016. „Altersarmut und Wohneigentum in der EU – Eine Analyse mit EU-SILC 2014 Daten“

Frühere Ausgaben sind in der Reihe:

ANDRÁSSY WORKING PAPER SERIES / ISSN 1589-603X

erschienen:

XXXIV Dötsch, Jörg. 2015. „Building a knowledge economy: is Hungary turning the right screw?“

XXXIII Hornuf, Lars und Lindner, Julia 2014. „The End of Regulatory Competition in European Law?“

XXXII Eckardt, Martina 2014. „The Impact of ICT on Policies, Politics, and Polities – An Evolutionary Economics Approach to Information and Communication Technologies (ICT)“

XXXI Eckardt, Martina 2014. „Legal Form and Internationalization of Small and Medium_Sized Enterprises in the EU“

XXX Dötsch, Jörg 2013. „Ökonomik und Emergenz. Arbeitspapier zum Emergenzbegriff der Heterodoxie“

XXIX Dötsch, Jörg 2013. „Überlegungen zu Prozessen endogener Destabilisierung von Wettbewerbswirtschaften“

- XXVIII Eckardt, Martina und Kerber, Wolfgang 2013. „Horizontal and Vertical Regulatory Competition in EU Company Law: The Case of the European Private Company (SPE)“
- XXVII Eckardt, Martina. 2012. „The Societas Privata Europaea – Could it Promote the Internatinalization of Small and Medium-Sized Enterprises?“
- XXVI Ebert, Werner und Eckardt, Martina. 2011. „Wirtschafts- und finanzpolitische Koordinierung in der EU – Erfahrungen aus einem Jahrzehnt Politikkoordinierung“
- XXV Eckardt, Martina und Rähke-Döppner, Solvig. 2008. „The Quality of Insurance Intermediary Services – Empirical Evidence for Germany“
- XXIV Okruch, Stefan und Alexander Mingst. 2008. „Die Kammerorganisation aus evolutorischer Sicht“.
- XXIII Mingst, Alexander. 2008. „Politische Prozesse und die Rolle von Ideologien: Sinnvolle Geschichten in einer ungewissen Welt“.
- XXII Mingst, Alexander. 2008. „Evolutionary Political Economy and the Role of Organisations“.
- XXI Mingst, Alexander. 2008. „The Organizational Underpinnings of Innovation and Change in Health Care“.
- XX Okruch, Stefan. 2007. “The ‘Open Method of Coordination’ and its Effects: Policy Learning or Harmonisation?”
- XIX Okruch, Stefan. 2006. “Die ‘Offene Methode der Koordinierung’: Gefahr schleichender Harmonisierung oder Chance für Politiklernen?“
- XVIII Okruch, Stefan. 2006. “Values and Economic Order: In Search of Legitimacy“
- XVII Okruch, Stefan. 2006. „Die EU-Wettbewerbspolitik zwischen Einheitlichkeit und Vielfalt – Anmerkungen aus ordnungsökonomischer Sicht“

- XVI Beckmann, Klaus B. 2006. "Tax evaders keep up with the Joneses"

- XV Margitay-Becht András 2005 "Inequality and Aid. Simulating the correlation between economic inequality and the effect of financial aid"

- XIV Beckmann, Klaus B. 2005. "Tax competition and strategic complementarity"

- XIII Meyer, Dietmar – Lackenbauer, Jörg. 2005 „EU Cohesion Policy and the Equity-Efficiency Trade-Off: Adding Dynamics to Martin’s Model“

- XII Chiovini, Rita und Zsuzsanna Vető. 2004. „Daten und Bemerkungen zu den Disparitäten im Entwicklungsstand ausgewählter Länder“

- XI Alfred, Endres. 2004 „Natürliche Ressourcen und nachhaltige Entwicklung“

- X Bartscher, Thomas, Ralph Baur and Klaus Beckmann. 2004 „Strategische Probleme des Mittelstands in Niederbayern“

- IX Arnold, Volker – Hübner, Marion. 2004. „Repression oder Umverteilung - Welches ist der beste Weg zur Erhaltung der Funktionsfähigkeit marktwirtschaftlicher Systeme? - Ein Beitrag zur Theorie der Einkommensumverteilung.“

- VIII Okruch, Stefan. 2003. „Verfassungswahl und Verfassungswandel aus ökonomischer Perspektive - oder: Grenzen der konstitutionenökonomischen Suche nach der guten Verfassung.“

- VII Meyer, Dietmar: „Humankapital und EU-Beitritt – Überlegungen anhand eines Duopolmodells.“

- VI Okruch, Stefan. 2003. „Evolutorische Ökonomik und Ordnungspolitik – ein neuer Anlauf“.

- V Arnold, Volker. 2003. „Kompetitiver vs. kooperativer Föderalismus: Ist ein horizontaler Finanzausgleich aus allokativer Sicht erforderlich?“

- IV Balogh, László – Meyer, Dietmar. 2003. „Gerechtes und/ oder effizientes Steuersystem in einer Transformationsökonomie mit wachsendem Einkommen“.

- III Beckmann, Klaus B. 2003. „Tax Progression and Evasion: a Simple Graphical Approach“.
- II Beckmann, Klaus B. 2003. „Evaluation von Lehre und Forschung an Hochschulen: eine institutenökonomische Perspektive“.
- I Beckmann, Klaus B. and Martin Werding. 2002. „Two Cheers for the Earned Income Tax Credit“.

Visit us on the web at <http://www.andrassyuni.eu>. Please note that we cease to circulate papers if a revised version has been accepted for publication elsewhere.