

Inhaltsübersicht

Kapitel 1: Zielsetzung und Aufbau der Arbeit	1
Kapitel 2: Begriff und Wesen des Geschäftsberichts	5
2.1 Der Geschäftsbericht im juristischen Sinn.....	6
2.2 Der Geschäftsbericht im Verständnis der Praxis.....	8
Kapitel 3: Aufgaben des Geschäftsberichts	33
3.1 Vorbemerkung.....	33
3.2 Erfüllung gesetzlicher Informationspflichten.....	34
3.3 Einsatz als Instrument der Investor Relations.....	54
3.4 Einsatz als Instrument der Public Relations.....	86
3.5 Prüfung der Existenz weiterer Funktionen.....	88
3.6 Ableitung der Komponenten des Geschäftsberichts aus seinen Aufgaben.....	91
Kapitel 4: Rechtliche Rahmenbedingungen des Geschäftsberichts	97
4.1 Vorbemerkung.....	97
4.2 Abgrenzung des relevanten Rechtsrahmens in Deutschland und den USA.....	98
4.3 Rechtliche Rahmenbedingungen in Deutschland.....	128
4.4 Rechtliche Rahmenbedingungen in den USA.....	152
4.5 Vergleich der Rahmenbedingungen in Deutschland und den USA.....	190
Kapitel 5: Der Geschäftsbericht als Offenlegungsinstrument de lege ferenda	193
5.1 Offenlegung in Deutschland de lege lata.....	194
5.2 Offenlegung in den USA.....	203
5.3 Offenlegung in Deutschland de lege ferenda.....	206
Kapitel 6: Konzept eines adäquaten Geschäftsberichts	223
6.1 Der Begriff des adäquaten Geschäftsberichts.....	223
6.2 Anhaltspunkte der Konzeptentwicklung.....	225
6.3 Das Konzept im Überblick.....	250
6.4 Das Decision Usefulness-Kriterium als Leitbild der Adäquanz.....	252
6.5 Voraussetzungen der Erstellung eines adäquaten Geschäftsberichts.....	255
6.6 Adäquanz des Inhalts.....	277
6.7 Adäquanz der Präsentation.....	331
6.8 Adäquanz der Verfügbarkeit.....	356
6.9 Adäquanz des informatorischen Umfelds.....	361
6.10 Abschließendes Beispiel: Shareholder Value-Reporting.....	366
Kapitel 7: Schlußbetrachtung und Ausblick	389

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XII
Abkürzungsverzeichnis	XVI
Kapitel 1: Zielsetzung und Aufbau der Arbeit.....	1
Kapitel 2: Begriff und Wesen des Geschäftsberichts.....	5
2.1 Der Geschäftsbericht im juristischen Sinn	6
2.2 Der Geschäftsbericht im Verständnis der Praxis	8
2.2.1 Die Sprachverwirrung um den Begriff Geschäftsbericht.....	8
2.2.2 Definitionsansätze in der Literatur.....	9
2.2.3 Annäherung an den Begriff des Geschäftsberichts auf Basis eines Kommunikationsmodells	11
2.2.3.1 Kommunikationstheorie und Rechnungslegung	12
2.2.3.2 Grundlegende Kommunikationsmodelle	13
2.2.3.3 Das Kommunikationsmodell von BEDFORD/BALADOUNI.....	14
2.2.3.4 Das Kommunikationsmodell von BIZZELL.....	17
2.2.3.5 Darstellung eines eigenen Kommunikationsmodells der externen Berichterstattung	20
2.2.3.6 Einordnung des Geschäftsberichts in das eigene Kommunikationsmodell der externen Berichterstattung	24
2.2.3.7 Nähere Charakterisierung des Geschäftsberichts anhand des eigenen Kommunikationsmodells.....	24
Kapitel 3: Aufgaben des Geschäftsberichts	33
3.1 Vorbemerkung.....	33
3.2 Erfüllung gesetzlicher Informationspflichten.....	34
3.2.1 Erfüllung aktionärsbezogener Informationspflichten	36
3.2.2 Erfüllung mitarbeiterbezogener Informationspflichten	40
3.2.3 Erfüllung kreditinstitutsbezogener Informationspflichten	46
3.2.4 Erfüllung adressatenunabhängiger Informationspflichten	48
3.2.5 Erfüllung weiterer Informationspflichten.....	52

3.3	Einsatz als Instrument der Investor Relations	54
3.3.1	Grundlagen der Investor Relations	54
3.3.1.1	Begriff der Investor Relations	54
3.3.1.2	Ziele der Investor Relations	56
3.3.1.3	Investor Relations und Shareholder Value-Ansatz	63
3.3.1.4	Zielgruppen der Investor Relations	70
3.3.1.5	Instrumente der Investor Relations	73
3.3.2	Bedeutung des Geschäftsberichts als Instrument der Investor Relations	84
3.4	Einsatz als Instrument der Public Relations	86
3.5	Prüfung der Existenz weiterer Funktionen	88
3.6	Ableitung der Komponenten des Geschäftsberichts aus seinen Aufgaben	91

Kapitel 4: Rechtliche Rahmenbedingungen des Geschäftsberichts

4.1	Vorbemerkung.....	97
4.2	Abgrenzung des relevanten Rechtsrahmens in Deutschland und den USA	98
4.2.1	Der relevante Rechtsrahmen in Deutschland	98
4.2.1.1	Gesetzliche Vorschriften.....	98
4.2.1.2	Verlautbarungen privatrechtlicher Organisationen.....	100
4.2.2	Der relevante Rechtsrahmen in den USA	103
4.2.2.1	Common Law als Rechtsgrundlage.....	104
4.2.2.2	Gesetze der Einzelstaaten	105
4.2.2.3	Gesetze auf Bundesebene	108
4.2.2.4	Verlautbarungen der SEC	112
4.2.2.5	Vorschriften der Wertpapierbörsen.....	120
4.2.2.6	US-GAAP	121
4.3	Rechtliche Rahmenbedingungen in Deutschland.....	128
4.3.1	Regelungen zum Inhalt des Geschäftsberichts.....	128
4.3.1.1	Regelungen zu Jahresabschlüssen und Konzernabschlüssen.....	129
4.3.1.2	Regelungen zu Lageberichten und Konzernlageberichten.....	134
4.3.1.3	Regelungen zum Bericht des Aufsichtsrats	138
4.3.1.4	Regelungen zum Vorschlag über die Verwendung des Bilanzgewinns	139
4.3.1.5	Regelungen zu sonstigen Bestandteilen des Geschäftsberichts	141
4.3.2	Regelungen zur Darstellung im Geschäftsbericht	144
4.3.2.1	Der Geschäftsbericht als Veröffentlichung oder Vervielfältigung im Rechtssinne.....	145
4.3.2.2	Regelungen zur Darstellung von Jahresabschlüssen und Konzernabschlüssen	147
4.3.2.3	Regelungen zur Darstellung von Lageberichten und Konzernlageberichten	149
4.3.2.4	Sonstige Regelungen zur Darstellung	150

4.4	Rechtliche Rahmenbedingungen in den USA	152
4.4.1	Der Jahresbericht an die Aktionäre als Pendant zum deutschen Geschäftsbericht.....	152
4.4.2	Regelungen zum Inhalt des Jahresberichts an die Aktionäre.....	158
4.4.2.1	Regelungen zu Jahresabschlüssen und Konzernabschlüssen	159
4.4.2.2	Regelungen zu den ergänzenden Finanzinformationen	173
4.4.2.3	Regelungen zu den Angaben über Abschlußprüfer	174
4.4.2.4	Regelungen zu der Mehrjahresübersicht ausgewählter Finanzdaten.....	176
4.4.2.5	Regelungen zur Management Discussion and Analysis of Financial Condition and Results of Operations.....	177
4.4.2.6	Regelungen zur Beschreibung der aktuellen Geschäftstätigkeit	182
4.4.2.7	Regelungen zur Segmentberichterstattung	183
4.4.2.8	Regelungen zu den Angaben über die Unternehmensleitung	186
4.4.2.9	Regelungen zu den Angaben über Stammaktien	187
4.4.2.10	Regelungen zum Hinweis auf die Bezugsmöglichkeit des 10-K-Berichts	188
4.4.3	Regelungen zur Darstellung im Jahresbericht an die Aktionäre	189
4.5	Vergleich der Rahmenbedingungen in Deutschland und den USA	190

Kapitel 5: Der Geschäftsbericht als

Offenlegungsinstrument de lege ferenda

193

5.1	Offenlegung in Deutschland de lege lata	194
5.1.1	Handelsrechtliche Offenlegung	194
5.1.1.1	Vorgaben des EU-Rechts.....	194
5.1.1.2	Offenlegung nach HGB	195
5.1.1.3	Zweck der gesetzlichen Offenlegungsvorschriften.....	197
5.1.2	Offenlegung am Neuen Markt und im SMAX.....	202
5.2	Offenlegung in den USA	203
5.3	Offenlegung in Deutschland de lege ferenda	206
5.3.1	Darstellung eines neuen Offenlegungskonzepts.....	206
5.3.1.1	Das Übermittlungsmedium de lege ferenda	207
5.3.1.2	Übermittlungskanäle de lege ferenda	212
5.3.2	Legislative Umsetzbarkeit des Offenlegungskonzepts	217
5.3.3	Potentielle Erweiterungen des Konzepts.....	220
5.3.3.1	Konzeptrealisation auf europäischer Ebene.....	220
5.3.3.2	Erweiterung der Kompetenzen der überwachenden Institution	220

Kapitel 6: Konzept eines adäquaten Geschäftsberichts.....	223
6.1 Der Begriff des adäquaten Geschäftsberichts	223
6.2 Anhaltspunkte der Konzeptentwicklung	225
6.2.1 Grundlagen des Decision Usefulness-Kriteriums	225
6.2.1.1 Inhalt und Entstehung des Decision Usefulness-Kriteriums.....	225
6.2.1.2 Decision Usefulness-Kriterium und Accounting Theory.....	228
6.2.1.3 Decision Usefulness-Kriterium und Rechnungslegungspraxis	234
6.2.2 Empirische Erkenntnisse zum Geschäftsbericht	238
6.2.2.1 Erkenntnisse hinsichtlich der Bedeutung des Geschäftsberichts	238
6.2.2.2 Erkenntnisse hinsichtlich der Bedeutung der Geschäftsberichtskomponenten.....	241
6.2.2.3 Erkenntnisse hinsichtlich konkreter Informationsinteressen.....	242
6.2.2.4 Erkenntnisse hinsichtlich der Verständlichkeit von Geschäftsberichten.....	248
6.3 Das Konzept im Überblick	250
6.4 Das Decision Usefulness-Kriterium als Leitbild der Adäquanz	252
6.5 Voraussetzungen der Erstellung eines adäquaten Geschäftsberichts	255
6.5.1 Informationsbereitschaft des berichtenden Unternehmens	255
6.5.2 Abgrenzung und Hierarchisierung der Adressaten.....	261
6.5.2.1 Bestimmung der Adressatengruppen	262
6.5.2.2 Beurteilung der Vorrangstellung bestimmter Adressatengruppen	263
6.5.3 Abgrenzung der zu erfüllenden Publizitätspflichten	268
6.5.4 Bestimmung des (primären) Rechnungslegungssystems.....	270
6.6 Adäquanz des Inhalts.....	277
6.6.1 Der Gegenstand der zu vermittelnden Informationen	279
6.6.2 Der Umfang der zu vermittelnden Informationen	287
6.6.2.1 Allgemeine Überlegungen	287
6.6.2.2 Auswahl der darzustellenden Einzelheiten.....	289
6.6.2.3 Verwendung verschiedener Ausdrucksformen.....	291
6.6.2.4 Verwendung von Redundanzen	297
6.6.2.5 (Dis-)Aggregation der Informationen	304
6.6.3 Die Qualität der zu vermittelnden Informationen.....	312
6.6.3.1 Die Präzision der Informationen	312
6.6.3.2 Die Verifikation der Informationen.....	315
6.6.3.3 Die Vergleichbarkeit der Informationen	319
6.6.3.4 Die Verständlichkeit der Informationen.....	322
6.6.3.5 Die Authentizität des durch die Informationen vermittelten Bildes.....	325
6.6.3.6 Der Zukunftsbezug der Informationen	328
6.7 Adäquanz der Präsentation	331

6.7.1	Die Platzierung der zu vermittelnden Informationen.....	334
6.7.1.1	Auffällige Platzierung von Schlüsselinformationen	334
6.7.1.2	Gestaffelter Umfang von Berichtskomponenten	336
6.7.1.3	Erwartungsgerechte Anordnung der Berichtskomponenten	337
6.7.2	Die Aufmachung der zu vermittelnden Informationen.....	338
6.7.2.1	Kombination von Text und Illustrationen	339
6.7.2.2	Gestaltung der Texte.....	340
6.7.2.3	Gestaltung der Tabellen	343
6.7.2.4	Gestaltung der Graphiken	344
6.7.2.5	Gestaltung der Bilder	348
6.7.2.6	Verwendung von Orientierungshilfen	351
6.7.2.7	Gestaltung der Gesamtausstattung	354
6.8	Adäquanz der Verfügbarkeit.....	356
6.8.1	Die Verbreitung des Geschäftsberichts	357
6.8.1.1	Verbreitung an bekannte Adressaten.....	357
6.8.1.2	Verbreitung an unbekannte Adressaten.....	358
6.8.2	Der Zeitpunkt des Zugriffs auf den Geschäftsbericht.....	359
6.9	Adäquanz des informatorischen Umfelds	361
6.9.1	Die Abstimmung des Geschäftsberichts mit anderen unpersönlichen Informationsmedien.....	362
6.9.2	Die Kombination des Geschäftsberichts mit der persönlichen Kommunikation.....	364
6.10	Abschließendes Beispiel: Shareholder Value-Reporting.....	366
6.10.1	Vorbemerkung.....	366
6.10.2	Charakteristika des Shareholder Value-Ansatzes und ihre Konsequenzen für den Geschäftsbericht	367
6.10.2.1	Berichterstattung zum internen Shareholder Value	369
6.10.2.2	Berichterstattung zum externen Shareholder Value.....	381
Kapitel 7: Schlußbetrachtung und Ausblick		389

Anhang 1: Anteilseigner deutscher Aktienemittenten.....	XXIII
Anhang 2: Jährliche Berichtspflichten nach US-Corporation Laws	XXIV
Anhang 3: SEC-Forms zur Berichterstattung.....	XXVI
Anhang 4: Due Process zur Verlautbarung von SFAS.....	XXVII
Anhang 5: Freiwillige Publizität von Kapitalflußrechnungen.....	XXVIII
Anhang 6: Geschäftsberichtspublizität im World Wide Web	XXX
Anhang 7: Entscheidungsprozeßdarstellung nach JOHNSON	XXXII
Anhang 8: Nachweis der Subjektivität der Beobachtung nach TWEEDIE.....	XXXIV
Anhang 9: Drei-Kreis-Modell nach BLOHM.....	XXXV
Anhang 10: Manipulationen von Graphiken.....	XXXVII
Literaturverzeichnis.....	XXXIX

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Kommunikationsmodell nach LASSWELL	13
Abb. 2:	Kommunikationsmodell nach SHANNON	14
Abb. 3:	Kommunikationsmodell nach BEDFORD/BALADOUNI	15
Abb. 4:	Kommunikationsmodell nach BIZZELL.....	18
Abb. 5:	Eigenes Kommunikationsmodell der externen Berichterstattung	21
Abb. 6:	Übermittlungssystem im Kommunikationsmodell der externen Berichterstattung	23
Abb. 7:	Gestaltungsfragen des Informationsaustauschs nach BLOHM.....	25
Abb. 8:	Definition des Begriffs Geschäftsbericht	32
Abb. 9:	Gesetzliche Informationspflichten der jährlichen Berichterstattung.....	35
Abb. 10:	Investor Relations als Instrument des Finanzmarketings.....	55
Abb. 11:	Unternehmensstatus und Investor Relations-Ziele	62
Abb. 12:	Zielsystem der Investor Relations	63
Abb. 13:	Schematische Zerlegung des Shareholder Value-Konzepts in Schritte.....	64
Abb. 14:	Ermittlung des (internen) Shareholder Value nach RAPPAPORT	66
Abb. 15:	Shareholder Value-Netzwerk nach RAPPAPORT	67
Abb. 16:	Zielgruppen der Investor Relations	71
Abb. 17:	Instrumente der Investor Relations.....	74
Abb. 18:	Verbreitung und Bedeutung der Investor Relations-Instrumente	83
Abb. 19:	Übliche Komponenten des Konzerngeschäftsberichts	95
Abb. 20:	House of GAAP	127
Abb. 21:	Beispielhafte Gliederung eines Konzernanhangs	133
Abb. 22:	Gesetzliche Gliederung des Gewinnverwendungsvorschlags.....	140
Abb. 23:	Gliederung des Geschäftsberichts 1998 der VEBA AG (Ausschnitt)	152
Abb. 24:	Jährliche Berichterstattungspflichten börsennotierter US-amerikanischer Unternehmen	154
Abb. 25:	Mindestinhalt des Jahresberichts an die Aktionäre in den USA.....	159
Abb. 26:	Aufbau des Jahresabschlusses im Jahresbericht an die Aktionäre.....	162
Abb. 27:	Deutscher Geschäftsbericht versus US-amerikanischer Jahresbericht an die Aktionäre.....	191
Abb. 28:	Alternativen der Offenlegung im WWW.....	213
Abb. 29:	Zugriff auf einen Geschäftsbericht bei dezentraler Offenlegung	216
Abb. 30:	Systematik der Decision Usefulness-Theorien	229

Abb. 31:	Erhebungen der Informationswünsche individueller Anleger	243
Abb. 32:	Erhebungen der Informationswünsche professioneller Mitglieder der financial community	244
Abb. 33:	Konzept eines adäquaten Geschäftsberichts	250
Abb. 34:	Publizität und Kapitalkosten	254
Abb. 35:	Mögliche Ursachen einer Informationsbereitschaft des Managements	256
Abb. 36:	Überleitungsrechnung auf US-GAAP der VOSSLOH AG.....	274
Abb. 37:	Eigenkapitalspiegel der METRO AG.....	277
Abb. 38:	Schematischer Ablauf der Bestimmung des Geschäftsberichtsinhalts	278
Abb. 39:	Adäquanz des Inhalts des Geschäftsberichts	278
Abb. 40:	Publizitätspflicht und Entscheidungsnützlichkeit potentieller Geschäftsberichtsinformationen	280
Abb. 41:	Darstellung der Unternehmenstätigkeit der GILLETTE COMPANY	284
Abb. 42:	Beispiele für Leervermerke zu Aufwandsrückstellungen	285
Abb. 43:	Angaben zum chairman der BRITISH TELECOMMUNICATIONS PLC.....	291
Abb. 44:	Erläuterung des Umsatzrückgangs der TEXACO INC.	292
Abb. 45:	Erläuterung des Verkaufspreiserückgangs der TEXACO INC.	293
Abb. 46:	Erläuterung der Soll- und Ist-Rendite der DAIMLERCHRYSLER AG.....	296
Abb. 47:	Revision der Prognosen des Vorjahrs der MARK'S WORK WEARHOUSE LTD. (Ausschnitt).....	297
Abb. 48:	Formen der Redundanz.....	298
Abb. 49:	Financial Highlights der MOBIL CORP.	299
Abb. 50:	Erläuterung des Berechnungsverfahrens der Pensionsrückstellungen der KSB AG und SIEMENS AG.....	301
Abb. 51:	Erläuterung der Prognoseprämissen der SAP AG	303
Abb. 52:	Erläuterung der sonstigen betrieblichen Erträge der GILDEMEISTER AG.....	306
Abb. 53:	Erläuterung der auf einen einzelnen Kunden entfallenden Umsätze der ELECTRONIC DATA SYSTEMS CORP. (Ausschnitt).....	308
Abb. 54:	Erläuterung der sonstigen Rückstellungen der AGIV AG.....	309
Abb. 55:	Erläuterung des Währungseinflusses auf den operating profit der REUTERS GROUP PLC	310
Abb. 56:	Erläuterung des angewendeten Rechnungslegungssystems der LUFTHANSA AG	311
Abb. 57:	Angaben zur Behandlung des Geschäfts- oder Firmenwerts der GEHE AG	312

Abb. 58:	Klassen der Informationsgenauigkeit	313
Abb. 59:	Beispiel zur Informationsgenauigkeit	314
Abb. 60:	Kennzahlentabelle zum Unternehmensbereich Energie der RWE AG	318
Abb. 61:	Graphiken zum Aktienkursverlauf der THYSSEN AG.....	319
Abb. 62:	Erläuterung der Bewertungsänderung der CONTINENTAL AG.....	320
Abb. 63:	Ermittlung des Cash flow nach DVFA/SG der VOSSLOH AG.....	321
Abb. 64:	Glossar im Geschäftsbericht der FRESENIUS MEDICAL CARE AG (Ausschnitt).....	324
Abb. 65:	Berichterstattung über kurzfristige Aktienrenditen der VEBA AG	327
Abb. 66:	Erläuterung der Akquisitionen der HENKEL KGaA (Ausschnitt)	328
Abb. 67:	Erläuterung zu Forschung und Entwicklung der MANNESMANN AG (Ausschnitt).....	330
Abb. 68:	Adäquanz der Präsentation im Geschäftsbericht.....	333
Abb. 69:	Front cover des Geschäftsberichts 1998 der MANNESMANN AG und des Jahresberichts an die Aktionäre 1998 der PEPSICO INC.	335
Abb. 70:	Gestaffelter Informationsumfang von Geschäftsberichtskomponenten.....	336
Abb. 71:	Überschrift und einleitende Zusammenfassung im Konzernlagebericht der PREUSSAG AG	342
Abb. 72:	Mehrjahresübersicht der GEA AG (Ausschnitt)	344
Abb. 73:	Vergleichsarten und Graphiktypen	345
Abb. 74:	Säulen- und Kuchengraphik der COCA-COLA COMPANY.....	347
Abb. 75:	Kuchengraphik der PEPSICO INC.....	348
Abb. 76:	Mögliche Bildthemen des Geschäftsberichts.....	349
Abb. 77:	Photo zur Illustration der Rußlandaktivitäten der COCA-COLA-COMPANY	350
Abb. 78:	Inhaltsverzeichnis des Geschäftsberichts 1999 der SIXT AG (Ausschnitt).....	352
Abb. 79:	Stichwortverzeichnis der CADBURY SCHWEPPEs PLC (Ausschnitt)	353
Abb. 80:	Adäquanz der Verfügbarkeit des Geschäftsberichts.....	356
Abb. 81:	Bestellformular auf den Webseiten der BEIERSDORF AG.....	358
Abb. 82:	Adäquanz des informatorischen Umfelds des Geschäftsberichts.....	361
Abb. 83:	Verweis auf andere Investor Relations-Publikationen der DAIMLERCHRYSLER AG	364
Abb. 84:	Angabe von Kontaktadressdaten der LEIFHEIT AG	365
Abb. 85:	Charakteristika des Shareholder Value-Ansatzes und ihre Konsequenzen für den Geschäftsberichtsinhalt.....	368

Abb. 86: Darstellung des Kapitalrenditekonzepts der VEBA AG	370
Abb. 87: Angaben zum Steuerungskonzept im Vorwort des Geschäftsberichts der RWE AG	371
Abb. 88: Segmentberichterstattung mit interner Steuerungsgröße der BAYER AG	374
Abb. 89: Illustration im Rahmen der Erläuterung der strategischen Planung der SCHWARZ PHARMA AG.....	378
Abb. 90: Kurz- und mittelfristige Prognosen der VOSSLOH AG	380
Abb. 91: Angaben zur Aktienrendite der BAYER AG	383
Abb. 92: Aktiendepotdarstellung der HOECHST AG	384
Abb. 93: Aktienkennzahlen der VOSSLOH AG	385
Abb. 94: Herleitungsrechnung des DVFA/SG-Ergebnisses der METRO AG	386
Abb. 95: Aktionärsstruktur der REFUGIUM HOLDING AG	387
Abb. 96: Anteilseigner deutscher Aktienemittenten.....	XXIII
Abb. 97: Anteilseigner deutscher Aktienemittenten (graphische Darstellung)	XXIII
Abb. 98: Ausgewählte forms der SEC zur unternehmerischen Berichterstattung	XXVI
Abb. 99: Due Process zur Verlautbarung von SFAS	XXVII
Abb. 100: Publizität von Fondsrechnungen im Aktivitätsformat	XXVIII
Abb. 101: Geschäftsberichtspublizität börsennotierter Unternehmen im WWW	XXX
Abb. 102: Geschäftsberichtspublizität im WWW nach Unternehmensgruppen	XXXI
Abb. 103: Phasen des Entscheidungsprozesses unter Nutzung von Rechnungslegungsinformationen	XXXII
Abb. 104: Gleichungen zur Beschreibung des Entscheidungsprozesses	XXXIII
Abb. 105: Beispiel zur Subjektivität der Beobachtung	XXXIV
Abb. 106: Drei-Kreis-Modell nach BLOHM	XXXV
Abb. 107: Umsatzentwicklung der Muster AG.....	XXXVII
Abb. 108: Manipulationsfreie Darstellung der Umsatzentwicklung.....	XXXVIII
Abb. 109: Manipulierte Darstellung der Umsatzentwicklung.....	XXXVIII