

Details zu Untersuchungen von Wirecard im Rahmen von INVESTORS' DARLING

Der Bereich **Reporting** wies bei Wirecard sowohl im Geschäftsbericht als auch in den Zwischenberichten gerade im Bereich der *Financials* (der Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage) und der *Prospectives* (der zukunftsweisenden Darstellung der Entwicklung des Unternehmens) Defizite auf. Hier erreichte Wirecard nicht einmal 50 % der erreichbaren Punkte in den für den Kapitalmarkt so wichtigen Bereichen (vgl. Abb. 2). Beispielweise wurden in der Ertragslage keine detaillierten Informationen sowie Erläuterungen zu den wesentlichen Einflussfaktoren der Entwicklung des Umsatzes oder anderer hochrelevanter Ergebniskennzahlen dargestellt. Dabei sind Ausführungen zu diesen Kennzahlen sowohl auf Konzern- als auch auf Segmentebene einfach zu berichten und bieten den Adressaten des Geschäftsberichtes beachtlichen informativen Mehrwert.

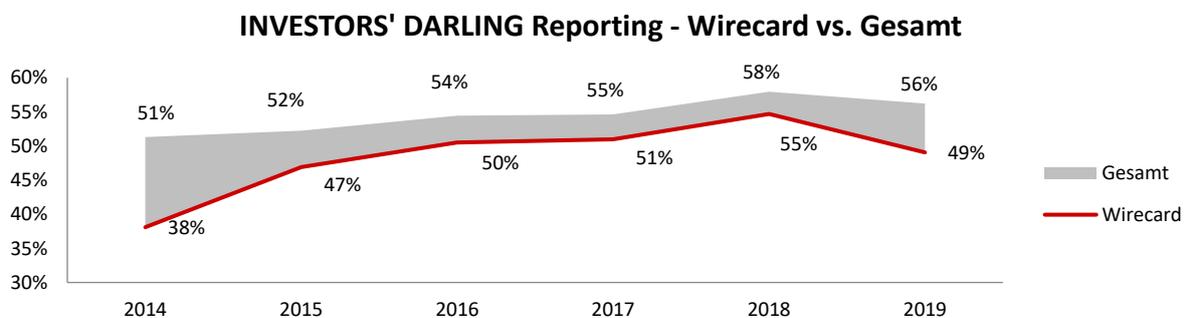


Abbildung 2: Reportingqualität von Wirecard von 2014-2019 im Vergleich

Die Zwischenberichte von Wirecard gingen genauso wenig detailliert wie der Geschäftsbericht auf die Entwicklung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage ein, da die bereitgestellten Informationen auf das Notwendigste reduziert worden sind. Ähnlich reduziert fielen die Aussagen zur künftigen Entwicklung des Unternehmens aus. So wurde nur auf eine Ergebniskennzahl eingegangen und weitergehende Informationen über die erwartete Entwicklung von Wirecard fehlten vollständig. Dabei haben die Aussagen zur erwarteten Entwicklung eine wichtige Bedeutung zur Bewertung der Zukunft des Unternehmens. Durch das Fehlen dieser so bedeutsamen Informationen können die Zwischenberichte nicht ihre genuine Update-Funktion erfüllen.

Der Bereich **Investor Relations** zeigt am Beispiel Wirecard, wie sich Unternehmen gerade in diesem freiwillig gestaltbaren Bereich weigern, den Investoren und Analysten relevante Informationen über das Unternehmen und seine Geschäftstätigkeit bereitzustellen. Dabei sind Informationen, wie die Strategie oder die Prognose für die kommende Entwicklung, als Bestandteile einer effektiven zukunftsweisenden Berichterstattung sehr unkompliziert etwa

auf der *IR-Website* des Unternehmens darzustellen. Im Vergleich zu den im Rahmen von INVESTORS' DARLING untersuchten Unternehmen zeigte und zeigt sich eine geringe Bereitschaft zur freiwilligen Informationsweitergabe in den Kanälen der *IR Presentations* sowie *Digital Communication*. Diese Form der Informationsbereitstellung wird aber gerade von erfolgreichen Unternehmen genutzt, die ein überzeugendes Geschäftsmodell und eine klar definierte Strategie aufweisen, um sich vom Durchschnitt durch ein „Mehr“ an Kommunikation abzuheben. Während im Durchschnitt aller Wettbewerbsunternehmen eine kontinuierliche Weiterentwicklung und Professionalisierung im Bereich Investor Relations sichtbar wurde und im letzten Jahr ein deutlicher Sprung nach vorne erreicht worden ist, stagnierte bei Wirecard die Qualität der Finanzkommunikation (vgl. Abb. 3). Dies ist für ein DAX-Unternehmen eher ungewöhnlich.

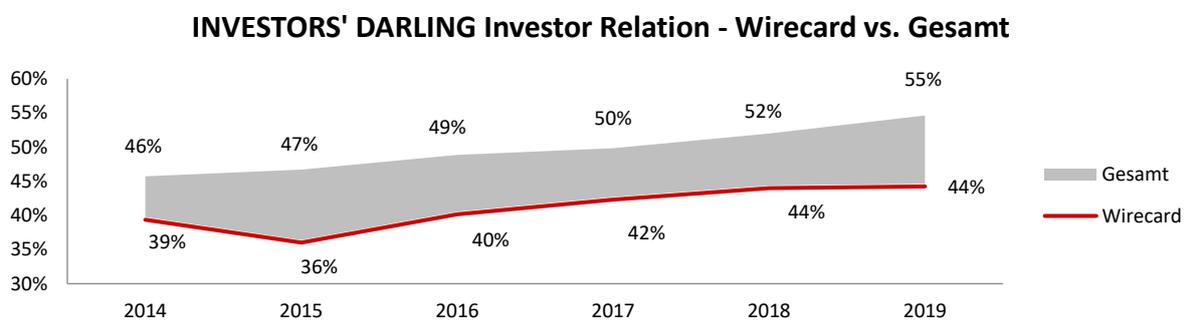


Abbildung 3: IR-Qualität von Wirecard von 2014-2019 im Vergleich

Als DAX-Mitglied und Tech-Unternehmen sollte man von Wirecard zudem eine starke Internetpräsenz zur Darstellung der Unternehmenslage und Erläuterung der Komplexität des Geschäftsmodells erwarten. Das Gegenteil ist der Fall! Der Online-Geschäftsbericht ist de facto nicht existent, was auf einen enormen Investitionsstau im Bereich der Finanzkommunikation schließen lässt. Damit landete Wirecard mit deutlichem Abstand auf dem letzten Platz unter den DAX-Unternehmen im Teilbereich *Digital Communication*. Diese Einschätzung zur IR-Arbeit wurde weiterhin durch die Befragung von Analysten gespiegelt. In dieser Befragung erreicht Wirecard im Wettbewerbsjahr 2019 gerade mal Platz 141 (von 160) und gelangte damit nicht einmal das Mittelfeld der Wettbewerbsunternehmen: ein mangelhaftes Ergebnis für ein derart gefeiertes Unternehmen wie Wirecard.

Betrachtet man nun die Qualität der Finanzkommunikation über die letzten Jahre in ihrer Gesamtheit und die steigende Bedeutung des Unternehmens Wirecard für den deutschen Kapitalmarkt, so muss festgestellt werden, dass Wirecard mit dem Aufstieg in den DAX nicht entsprechend die Qualität seiner Finanzkommunikation erhöht hat. Dies bleibt unterdurchschnittlich und lässt viele Fragen offen. Zu erwarten gewesen wäre in diesem Zusammenhang ein Ausbau der freiwilligen Berichterstattung gerade im Bereich der Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage und Informationen zum Ausblick.

Wirecard zeichnete sich aber über die letzten Jahre hinweg durch erhöhte Verschwiegenheit aus.

„Wieder einmal bewahrheitet sich am Fall Wirecard die These: Restriktiv berichtende Unternehmen haben häufig etwas zu verbergen.“

Prof. Dr. Henning Zülch, HHL Leipzig Graduate School of Management

Fazit

von Prof. Dr. Henning Zülch, Handelshochschule Leipzig (HHL) Graduate School of Management

„In dieser Dimension ist Wirecard als Einzelfall zu betrachten. Die Qualität der Berichterstattung am deutschen Kapitalmarkt entwickelt sich nach den Erkenntnissen von INVESTORS DARLING positiv und besitzt eine der höchsten sogenannten „Disclosure Quality“ in Europa. Dem deutschen Kapitalmarkt wegen Wirecard die Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit abzusprechen, würde daher zu kurz greifen. Vertrauen und Glaubwürdigkeit existieren weiter, wie sich aus den ermittelten Daten ablesen lässt. So besteht ein starker Zusammenhang zwischen den Dimensionen *Reporting* und *Investor Relations*, weil Investitionen in die Transparenz des Reportings sich auf die Investor Relations-Arbeit übertragen lassen und somit ein ganzheitliches Bild der Senderperspektive der Kapitalmarktkommunikation geben.

Indes kann der Fall Wirecard auch positive Effekte haben. Die große Intransparenz und die — wie wir heute wissen — frisierten Bücher von Wirecard werfen die Frage auf, inwieweit der Wirtschaftsprüfer seinen Bestätigungsvermerk hätte einschränken oder gar verweigern müssen. Für die Prüfer gilt es Lehren aus diesem Fall zu ziehen, um künftige Desaster zu vermeiden.