

Vorwort

Das interne Berichtswesen bzw. Management Reporting bildet in den allermeisten Unternehmen einen festen Bestandteil des unternehmerischen „Werkzeugkastens“: Je größer das Unternehmen (und damit je ausgeprägter die Arbeitsteilung und folglich die Notwendigkeit zum gegenseitigen Informationsaustausch), desto mehr Berichte werden erstellt. Dabei haftet dem Management Reporting nur allzu oft das Stigma eines „notwendigen Übels“ an: Berichte werden ungern erstellt und häufig auch ungern gelesen. Man kokettiert damit, „noch rasch den lästigen Monatsbericht erstellen“ zu müssen oder umgekehrt „diesen regelmäßig auf den Schreibtisch flatternden Zahlensalat“ kurz zu überfliegen, bevor man sich wieder wichtigeren Dingen zuwenden kann.

Woher kommt es, dass das interne Berichtswesen bei vielen Beteiligten ein dermaßen „ungeliebtes Kind“ zu sein scheint? Wäre es so nutzlos wie manchmal gerne behauptet, so hätten doch viele kluge Köpfe bereits lange die Arbeit mit Berichten eingestellt. Kann ihre dermaßen weite Verbreitung nur auf alten, nicht mehr hinterfragten Gewohnheiten in weiten Teilen der Unternehmen begründet sein? Oder leistet das Instrument des internen Berichtswesens vielleicht doch einen wichtigen Beitrag zum Unternehmenserfolg? Aber warum wird es dann offenbar häufig missverstanden?

Die Antwort könnte darin liegen, dass das Management Reporting in der Familie der Controllinginstrumente weder durch bahnbrechende Theorien und mitreißende neue Konzepte glänzen, noch durch spektakuläre Erfolgs- oder Misserfolgsgeschichten aus der Unternehmenspraxis auf sich aufmerksam machen kann. Vielmehr stellt es ein „Arbeitstier“ sowohl des Controllings als auch des Management dar: es fällt wenig auf, solange es seinen Dienst (einigermaßen) erfüllt. Das bedeutet jedoch nicht, dass das interne Berichtswesen eine „theoriefreie Zone“ der Betriebswirtschaftslehre darstellt und dass eine besonders gelungene - oder eben misslungene - Umsetzung des Berichtswesens ohne Konsequenzen auf den Unternehmenserfolg bliebe.

Erstaunlicherweise hat das Thema aber bisher relativ geringen Widerhall in der theoretischen Diskussion gefunden. Im Vergleich zu seiner Bedeutung in der unternehmerischen Praxis genießt das Management Reporting einen eher geringen Stellenwert in der wissenschaftlichen Literatur. Über die Gründe kann trefflich spekuliert werden. Möglicherweise wird das Thema von manchen Autoren für nicht anspruchsvoll genug befunden (ein Trugschluss, wie dieses Buch zeigen möchte) oder man vertraut darauf, die dabei auftretenden Probleme auch ad hoc und ohne eine vorherige vertiefte Beschäftigung mit dem Thema lösen zu können (riskant, wie in diesem Buch ebenfalls noch dargestellt werden soll).

Das vorliegende Buch möchte dem Instrument des Management Reporting den Platz einräumen, der ihm nach Meinung des Verfassers gebührt: als ein Instrument, das sehr wohl eine theoretische Basis besitzt und diese auch benötigt. Ein Instrument, das viele Stolperfallen und Tücken aufweist, welche gehörig „Sand ins Getriebe“ eines Unternehmens bringen

können. Ein Instrument, welches bei richtiger und bewusster Anwendung aber auch einen großen Beitrag zur Erreichung der Unternehmensziele leisten kann. Das vorliegende Buch verfolgt deshalb mehrere Zielsetzungen. Der Leser soll nach der Lektüre

1. verstanden haben, dass die unbestreitbare praktische Relevanz des Management Reporting mehr als berechtigt ist. In der Tat kann die Bedeutung des Berichtswesens kaum überschätzt werden.
2. einen fundierten Überblick gewonnen haben, welche Gestaltungsdimensionen zur Verfügung stehen, um das Instrument des Berichtswesens bewusst und zielgerichtet einzusetzen.
3. die potentiellen Fehlerquellen im Management Reporting kennen und Maßnahmen zu ihrer Vermeidung treffen können.

Aus dieser Aufzählung wird deutlich, dass unterschiedliche Lesergruppen einen Nutzen aus dem Buch ziehen können: Sowohl der Praktiker, der selbst mit der Erstellung und/oder Nutzung von Berichtsinformation beschäftigt ist, als auch der interessierte Neuling (z.B. Studierende), der sich mit den verschiedenen Facetten des Themas erst vertraut machen möchte, werden hoffentlich auf ihre Kosten kommen.

Um keine falschen Erwartungen zu wecken: Perfekte Berichte wird man auch nach der Lektüre des Buches nicht erstellen – einfach, weil es perfekte Berichte nicht geben kann. Aber auch das wird im Folgenden noch näher ausgeführt ...

Und auch dieses Buch ist natürlich weit davon entfernt, perfekt zu sein. Fehler und Irrtümer, Auslassungen oder Missverständnisse gehen auf die Kappe des Autors. Für Hinweise und Verbesserungsvorschläge durch die Leser bin ich sehr dankbar. Sie erreichen mich unter andreas.taschner@reutlingen-university.de.

Reutlingen, im Juli 2012

Andreas Taschner



<http://www.springer.com/978-3-8349-3370-6>

Management Reporting
Erfolgsfaktor internes Berichtswesen
Taschner, A.
2013, XI, 251 S. 54 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-8349-3370-6