
2.1 Einführung

Informationen unterscheiden sich von *Wissen* dadurch, dass ihnen inhaltliche Bezüge auf getroffene Entscheidungen fehlen. Diese Eigenschaften erklären auch, weshalb mit ihnen in Geschäftsberichten, besonders im *Vorwort des Vorstands*, so großzügig und auch leichtfertig verfahren wird. Die zunehmende „Anreicherung“, das heißt Geschäftsberichte mit *Informationen* zu versehen, ist hierfür eine allgemein feststellbare Erscheinung.

Die Fachwelt dagegen sieht in Informationen „Schmutz“ (vgl. Shorris 1980), aus dem, wenn man für ihn am richtigen Ort eine Ordnung herstellt, „Wissen“ entsteht. Diese Möglichkeit bieten verborgene Algorithmen, die in Informationen enthalten sind. Sie besitzen Merkmale, die, mit Hilfe von Computern aufbereitet, ungenutzte Entscheidungsmöglichkeiten transparent werden lassen.

Das heißt, sie erlauben es, nach ihrer Auswertung, zukünftiges Entscheidungsverhalten vorherzusagen (vorhersehbar zu machen). Je mehr *Informationen* also vorliegen, desto deutlicher und zuverlässiger wird das zukünftige Entscheidungsverhalten eines Unternehmens erkennbar. Der Vorstand, der im folgenden Beispiel so großzügig sein Vorwort mit Informationen anreichert, erkennt offenbar noch gar nicht die Gefahr, die damit verbunden sein könnte. Auf diese Gefahr und die Möglichkeiten, die gerade umfangreiche *Informationen* im Vorwort des Vorstands bieten, wird in Kap. 3 näher eingegangen.

Sphäre	Informationen	Bereiche	Verteilung
1 Strategie = 6	} 40	strategisch	= 10 %
2 Führung = 18			
3 Marketing = 16			
4 Prozesse = 26	} 109	operativ	= 28 %
5 Kultur = 32			
6 Finanzen = 34			
7 Innovation = 17			
8 Struktur = 89	} 115	taktisch	= 29 %
9 Mitarbeiter = 7			
10 Verkauf = 19			
11 Kunden/Markt	} 129	extern	= 33 %
Gesamt	393		= 100 %

Abb. 2.1 Häufigkeit

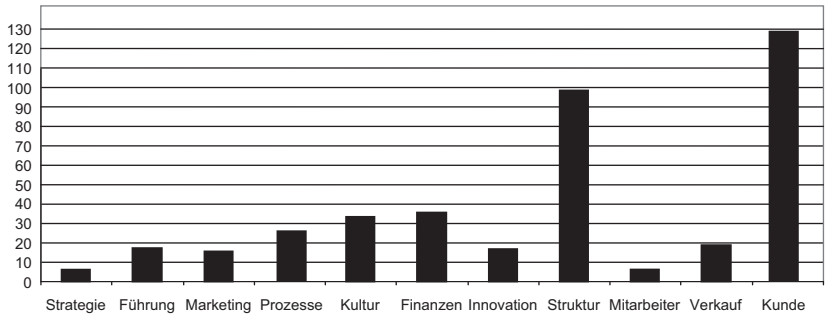


Abb. 2.2 Schwerpunkte

2.2 Beispiel

Das folgende Beispiel soll zeigen, wie bereits ohne die Möglichkeiten, die Big Data besitzt, wertvolle Erkenntnisse aus den reichlich vorhandenen Informationen des hier zugrunde liegenden Geschäftsberichts gewonnen werden können.

Untersucht wird das *Vorwort des Vorstands* eines Dax-notierten Unternehmens. Der Geschäftsbericht 2014 umfasst 505 Sätze, die vermischt sind mit allgemeinen Informationen und Aussagen über tatsächlich getroffene Entscheidungen. Die Trennung des gesamten Textes durch den Analytiker ergibt, dass 393 Infor-

mationen ungetrennt vermischt sind mit 112 Aussagen über tatsächlich getroffene Entscheidungen. Diese 393 Informationen wurden über versteckte Merkmale (= Algorithmen) vom Analytiker den elf Entscheidungskategorien (= Sphären) zugeordnet (vgl. Abb. 2.1 und 2.2).

2.3 Auffälligkeiten

Das untersuchte Unternehmen hat aus Sicht des Vorstands mit einem großen internen Problem zu kämpfen, und zwar mit der Struktur. Als Ursache wird hierzu eine Fülle externer Gegebenheiten benannt, und zwar durch die große Säule „Kunde“.

Dieser einseitige Schwerpunkt der Informationen bezüglich Kunde kann auch als eine Art Rechtfertigung für die kritische interne Lage gedeutet werden. Man sieht sich bezüglich der Strategie, für die nur sechs Informationen vorliegen, außerstande, die Lage des

Unternehmens zu verändern. Auch die relativ wenigen Informationen zur Führung zeigen, dass man sich offenbar handlungsunfähig diesen Gegebenheiten ausgesetzt sieht.

So kann die hohe Anzahl von 393 Informationen im Vorwort des Vorstands auch als ein Versuch gedeutet werden, die Unabänderlichkeit der Gegebenheiten belegen zu wollen, denen man scheinbar handlungsunfähig gegenübersteht. Solche Deutungen kann der Computer nicht vornehmen. Dagegen kann er aus vielen Algorithmen wahrscheinliche zukünftige Entscheidungen ableiten, die das Unternehmen noch gar nicht erkannt hat.

Fehler, die in Einzelfällen auf sprachlichen Unklarheiten beruhen, das heißt auch über die Semantik nicht deutbar sind, ändern aber am Gesamtbild der Verteilung der Informationen und damit den Deutungsmöglichkeiten wenig.

Vor solchen Problemen stehen auch die Großrechner von Big Data. Die Fülle vorhandener Informationen, die das Unternehmen wohl auch im Geschäftsbericht 2015 bieten wird, ändern am Kern der hier gewonnenen Erkenntnisse wenig.

2.4 Algorithmen

Jede der 393 Informationen enthält mehrere Merkmale, Algorithmen, die ein Computer aufdecken und untereinander verbinden kann, um ein wahrscheinliches Muster zukünftiger Entscheidungen abzuleiten. Vier beliebig ausgewählte Sätze aus den 393 Informationen besitzen Merkmale, die der Computer von Big

Data auswählt und mit anderen Informationen vernetzt, um ein wahrscheinliches, zukünftiges Entscheidungsmuster vorherzusagen.

Hierzu siehe als Beispiel die hervorgehobenen Merkmale:

- „Unsere Marktposition ist Ausdruck der Kundenzufriedenheit.“
- „Produkte und Dienstleistungen werden zunehmend in denselben Wirtschaftsregionen produziert und nachgefragt.“
- „Die Strategie ist mit den Zielen und daraus abgeleiteten Programmen in der mittelfristigen Planung hinterlegt.“
- „Neben dem privaten Konsum nahmen auch die Investitionen kräftig zu“.

Mit solchen *Algorithmen*, die zu Tausenden entstehen, werden wahrscheinliche zukünftige Entscheidungen eines Unternehmens nach entsprechender *Aufbereitung* vorhersehbar.

2.5 Analysen

Insbesondere Unternehmen, die, wie in diesem Fallbeispiel, großzügig mit Informationen umgehen, also „Freizügigkeit“ bei ihren Aussagen im Vorwort des Vorstands zulassen, schaffen hierdurch die Grundlage dafür, Vorhersagen über ihre zukünftigen Entscheidungen treffen zu können. Hierzu kann auch gehören, abzuwarten, bis der optimale Zeitpunkt vorliegt.

Der Anzahl von 393 Informationen des hier untersuchten Unternehmens lässt durchschnittlich drei bis vier solcher Algorithmen pro Information entstehen und damit bereits über 1000 Algorithmen für nur einen Geschäftsbericht.

Durch die Hinzuziehung weiterer veröffentlichter Texte dieses Unternehmens, unter anderem Zwischenberichte oder Vorträge, steigt die Menge an Algorithmen bereits für ein einzelnes Geschäftsjahr um ein Vielfaches und damit die Verlässlichkeit der Vorhersagen beträchtlich.

Diese Erkenntnisse, übertragen auf den Geschäftsbericht des hier behandelten Unternehmens, das sehr großzügig mit einer Fülle von 393 Informationen umgeht, bietet somit die Aufdeckung einer Reihe von Erkenntnissen über Algorithmen, die ein Computer in Sekundenschnelle aufdeckt. Konkurrenten oder Investoren am Unternehmen bieten solche Erkenntnisse wertvolle Hinweise für gezielte Handlungen.

Der Leser eines solchen Geschäftsberichts dagegen sieht sich außerstande, den gemischten Text von 505 Sätzen, bestehend aus 393 Informationen und 112 Aus-

sagen über tatsächlich getroffene Entscheidungen, trennen, lesen und verstehen zu können.

Beeindruckt von vielen Fotos, die den Fluss des Textes zusätzlich unterbrechen, gewinnt er letztlich Abstand zum Geschäftsbericht und dem *Vorwort des Vorstands* und legt den Geschäftsbericht kaum gelesen und nicht verstanden beiseite.

Die Folge ist: Die „Freizügigkeit“ im Umgang mit irrelevanten Informationen verhindert das Erkennen relevanter Aussagen im Vorwort des Vorstands eines Geschäftsberichts.

Fazit

Es zeigt sich ganz allgemein bei den Untersuchungen von Geschäftsberichten, dass Unternehmen mit Problemen Geschäftsberichte mit vielen Informationen und mit wenigen Aussagen über getroffene Entscheidungen versehen.

Konkurrenten, die die Übernahme eines Unternehmens planen, sollten und werden sich vermutlich nicht am Vorwort des Vorstands orientieren, sondern an dem Nichtgesagten in Informationen, mit dem gerade geschwächte Unternehmen so großzügig in ihren Berichten umgehen. Denn Entscheidungen schließen Handlungen ab, Informationen lassen Handlungen offen.

Die Analysen von „Hard Facts“, also der Zahlen, Bilanzen, Statistiken, runten also nur das Bild der Vergangenheit ab und sind daher auch nur begrenzt frei verfügbar. Damit aber reduziert sich die Bedeutung des *Vorworts des Vorstands* im Geschäftsbericht auf die Kommentierung durchgeführter Handlungen, also auf die Beschreibung der Vergangenheit.

Die Ausweitung der Geschäftsberichte mit Informationen, die besonders bei problembehafteten Unternehmen hervortritt, bietet dagegen ungewollte, wertvolle Einblicke für Big Data.

Den Verfassern scheinbar „belangloser“, umfangreicher Informationen im *Vorwort des Vorstands* eines Geschäftsberichts fehlt vermutlich die Erkenntnis, dass sie mit dieser „Anreicherung“ des Vorworts Anzeichen von Schwächen des Unternehmens kommunizieren.

Die Nutzer eines solchen Verhaltens sind Banken, Konkurrenten und Big Data.

Unternehmen oder Investoren, die sich mit der Übernahme eines Unternehmens befassen oder als Kunden den Wechsel des Lieferanten erwägen, sollten wortreiche Geschäftsberichte als ein untrügliches Signal für vorhandene Probleme deuten!

Geschäftsberichte

Unvollständigkeit und Intransparenz: Chancen für Big
Data

Etterich, H.J.

2017, XIII, 70 S. 39 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-12589-9