Spätere Verwechslungen nicht ausgeschlossen

Die Tücken der Namensänderungen von Unternehmen / Von Ralf Nöcker

FRANKFURT, 7. Juli. Preisfrage: Zu welchen Branchen gehören die Unternehmen Authentos, Aventis, Varetis und Velsatis? Die Auflösung: Authentos ist die ehemalige Bundesdruckerei, Aventis hieß früher einmal Hoechst und Rhône Poulenc und ist in der Chemiebranche tätig, Varetis gehört in die Telekommunikationsbranche. Velsatis ist, leider reingefallen, gar kein Unternehmen, sondern ein Modell des Automobilherstellers Renault.

Es fällt schwer, angesichts der zahlreichen Namensänderungen der vergangenen Jahre überhaupt noch den Überblick zu behalten. Aus Texaco wurde Dea, Buch.de wurde zu Mediantis, aus Veba/Viag wurde Eon, aus dem Pharma-Großhändler Gehe wurde Celesio, das Statistische Bundesamt heißt jetzt Destatis – um nur einige Beispiele zu nennen. Ursachen für neuen Unternehmensmarken waren dabei Fusionen, Ausgliederungen – die Chemiesparte von Henkel heißt jetzt Cognis –, rechtliche Anforderungen oder aber schlicht der Wunsch, sich einmal einen neuen Anstrich zu geben.

„Ein Unternehmensname muß vom Wettbewerb differenzieren, wiedererkennbar und global einsetzbar sein.“

Letzteres trifft beispielsweise auf den amerikanischen Philip-Morris-Konzern zu, der nun unter dem Namen „Altria“ firmiert. Das Unternehmen wollte nicht mehr ausschließlich mit Zigaretten in Verbindung gebracht werden. Infolge einiger Übernahmen – unter anderen von Miller, dem Kekshersteller Nabisco und von Kraft – war aus dem Tabak- ein Nahrungsmittelkonzern geworden, und das sollte auch nach außen deutlich werden.

Auch den Managern der britischen Post erschien die Marke „Royal Mail“ nicht mehr zeitgemäß. Mit ihrem neuen Namen fielen die Briten allerdings vor zwei Jahren gehörig auf die Nase. „Consignia“, so die Wortschöpfung, fiel bei der britischen Bevölkerung durch, und das, obwohl rund 2 Milliarden Pfund für Marketing investiert wurden. Nicht einmal eineinhalb Jahre später war der Spuk schon wieder vorbei, und die Post hieß wieder Royal Mail – für den Rückzieher mußte nochmals rund eine halbe Million Pfund für Marketing aufgewendet werden. „Den traditionsbewußten Briten eine derart blutleere Worthülse zuzumuten, das konnte eigentlich nur schiefgehen“, kommentiert Oliver Börsch, Berater bei Deekeling Identity & Change.

Ein bekannter Name verschwindet. Foto Wonge Bergmann

Zurückgekehrt zum alten Namen ist auch das Chemieunternehmen Beiersdorf. Der Hersteller so großer Marken wie Tesa (Klebebänder), Nivea (Kosmetik) oder Hansaplast (Wundpflaster) wollte sich ein neues Image geben. „Wir sind nicht aus Bayern und auch nicht vom Dorf“, wurde die Änderung des Namens Beiersdorf in BDF mit drei gewaltigen blauen Punkten für die Sparten begründet. Mit diesem neuen Namen konnte aber niemand etwas anfangen. Man kehrte also schnell wieder zu dem bekannten Beiersdorf zurück.

Ähnliche Kapriolen gab es in den vergangenen Monaten in der Beratungsbranche. Ausgangspunkt der zahlreichen Namensänderungen in der Branche war die Forderung der amerikanischen Börsenaufsicht SEC, Prüfungs- und Beratungsgeschäft zu trennen. So wurde beispielsweise der Beratungszweig der KPMG ausgegliedert und heißt heute „Bearing Point“, aus Andersen-Consulting wurde „Accenture“. Während hier der Namenswechsel vergleichsweise reibungslos vonstatten ging, hatten andere Anbieter der Branche weniger Glück mit ihrer neuen Marke.

Der Beratungszweig von Price Waterhouse Coopers hattte gerade mit viel Aufwand eine Kampagne gestartet, mit der die neue und selbst intern heftig umstrittene Marke „Monday“ bekannt gemacht werden sollte, da wurde PWC-Consulting von IBM übernommen und ist in IBM Consulting aufgegangen. Deloitte & Touche hatte die Trennung der Beratung von der Wirtschaftsprüfung beschlossen und sich in Braxton umbenannt. Dann kam das Management-buy-out der Beratersparte doch nicht zustande, die Trennung von den Prüfern wurde abgesagt und der Name „Braxton“ gleich wieder begraben.

„Monday“ wäre dabei eines der wenigen Beispiele für eine Unternehmensbezeichnung gewesen, die der realen Welt entstammt. Die weitaus größere Zahl der neuen Unternehmensmarken sind dagegen reine Kunstprodukte, die in Spezialagenturen wie Nomen (Düsseldorf) oder Gotta (Baden-Baden) erdacht werden. „Eine Modeerscheinung wie die Schlaghose“, meint Andreas Unger, ManagingPartner bei der Unternehmensberatung Enterprise IG. Allerdings haben Kunstnamen auch handfeste Vorteile. „Ein Unternehmensname muß mehrere Anforderungen erfüllen: Er muß vom Wettbewerb differenzieren, wiedererkennbar und global einsetzbar sein“, sagt Deekeling-Berater Börsch. Diese Anforderungen seien mit Neuschöpfungen leichter zu erfüllen als mit Begriffen aus dem Alltag.

Die wichtigste Anforderung ist jedoch mittlerweile eine juristische: Der Name darf noch nicht geschützt sein. „Es gibt kaum noch eine aussprechbare Buchstabenfolge, die nicht schon irgendwo geschützt ist“, so Börsch. Alltagsbegriffe sind überwiegend bereits vergeben, also entsteht ein Zwang zu Kunstnamen. Die Neuschöpfungen haben aber auch Vorteile: „Ein Kunstname ist ein unbeschriebenes Blatt und kann durch Kommunikation mit den gewünschten Assoziationen aufgeladen werden“, sagt Börsch, selbst einer der Erfinder des Namens „Eon“.

Entweder hilft dabei der Computer, indem er zufällig Silben kombiniert, die anschließend auf Aussprechbarkeit hin geprüft werden, oder der Blick ins Wörterbuch. Viele Kunstnamen haben ihren Ursprung im Lateinischen. Es folgen Workshops intern und mit dem Kunden, schließlich bleiben etwa fünf Vorschläge, die den Juristen zur Überprüfung vorgelegt werden. „Wenn man Glück hat, ist einer der Vorschläge noch nicht rechtlich geschützt“, sagt Börsch.

Die juristische Prüfung eines neuen Namens schlägt auch bei den Kosten besonders zu Buche: Während ein neuer Name für unter 100 000 Euro zu haben ist, gehen die Anwaltskosten gerade bei Marken, die global verwendet werden sollen, schnell in die Millionen. „Gerade in Deutschland sind die Regelungen hinsichtlich Warenzeichenprüfung und -registrierung besonders streng“, sagt Berater Unger. Die juristischen Schritte erforderten neben viel Geld auch die mit Abstand meiste Zeit im Prozeß der Namensfindung: „Das dauert häufig mindestens 18 Monate.“

In der jüngeren Vergangenheit habe die Nachfrage nach neuen Unternehmensnamen allerdings spürbar nachgelassen, die Zahl der Namensänderungen sei deutlich zurückgegangen, hat Enterprise-IG-Partner Unger beobachtet. Grund dafür ist nicht allein die ebenfalls schrumpfende Zahl von Unternehmensübernahmen und -fusionen. „Die Flut der Kunstnamen ist ein Kommunikations-Supergau“, sagt Deekeling-Berater Börsch. Statt auf verwechselbare Neukreationen setzen immer mehr Unternehmen darauf, alte Markennamen durch neues Design zu reaktivieren und neu zu positionieren. Zumal es solche Namen mittlerweile auch gebraucht zu kaufen gibt. Spezialagenturen wie Branders, Markenplatz.de oder Brandstock bieten abgelegte Marken zum Discount-Preis an.

Manche lassen sich auch eine Hintertür offen: Die ehemalige Bundesdruckerei in Berlin traut ihrem neuen Namen Authentos offenbar noch nicht so ganz. Im Internet ist sie immer noch unter „bundesdruckerei.de“ zu finden.

Was ist ein Name?

„Was uns Rose heißt, wie es auch hieße, würde lieblich duften.“

William Shakespeare (Romeo und Julia)

„Wenn der Leib in Staub zerfallen, lebt der große Name noch.“

Friedrich von Schiller (Das Siegesfest, Gedicht)

„Bei euch, ihr Herren, kann man das Wesen gewöhnlich aus dem Namen lesen.“

Johann Wolfgang von Goethe (Faust)

„Der Name Coca-Cola beschrieb die Zusammensetzung des Produkts, der Sinn von IBM (International Business Machines) hat sich verloren, Schweppes ist ein kaum aussprechbarer Name, Marlboro der Name eines Ortes, Kodak ist Lautmalerei, Olida ist ein Familienname. Aus dieser kurzen Beleuchtung bekannter Markennamen läßt sich der Schluß ziehen: Um eine starke Marke zu schaffen, kann man jeden (oder fast jeden) Namen benutzen. Er muß nur beibehalten werden, damit er im Lauf der Zeit den Sinn der Marke annimmt.“

Jean-Noël Kapferer (Die Marke – Kapital des Unternehmens)

Ein Meilenstein der Buchführung

Mehr Rechtssicherheit durch IFRS 1 / Von Sven Hayn und Gerd Stürz

FRANKFURT, 7. Juli. Spätestens vom Geschäftsjahr 2005 an müssen alle kapitalmarktorientierten Unternehmen in Deutschland ihren Konzernabschluß nach International Financial Reporting Standards (IFRS, früher IAS) erstellen. Von den mehr als 10 000 Unternehmen, die europaweit unter diese EU-Vorschrift fallen, werden nur etwa 200 Unternehmen die Erleichterungsregelung 2007 für US-Gaap-Bilanzierer in Anspruch nehmen können.

Durch die EU-Verordnung soll die Unternehmenstransparenz gesteigert werden. Die Anwendung internationaler Rechnungslegungsregeln führt unmittelbar zu einer Verbesserung der Vergleichbarkeit und bildet für die Verwirklichung des gemeinsamen europäischen Kapitalmarktes eine unerläßliche Voraussetzung. Es gilt quasi als sicher, daß auch nichtkapitalmarktorientierte Unternehmen von 2005 an einen befreienden Konzernabschluß nach IFRS erstellen dürfen. Daher ist von einer enormen Abstrahlungswirkung auf diese Unternehmensgruppe auszugehen.

Das International Accounting Standards Board als regelsetzende Einrichtung hat mit IFRS No. 1 „First-time adoption of International Financial Reporting Standards“ seinen ersten Standard veröffentlicht. IFRS 1 ersetzt die bisherige Interpretation SIC 8 und tritt für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2004 beginnen, in Kraft. Eine vorzeitige Anwendung wird empfohlen.

IFRS 1 kommt eine exponierte Stellung zu. Dieser Standard betrifft nicht allein die Änderung der bilanziellen Abbildung eines isolierten Sachverhalts – wie etwa die Bilanzierung des Goodwills. IFRS 1 legt vielmehr den Grundstein für die gesamte heutige und künftige Darstellung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage eines Unternehmens nach IFRS. Diese Basis hat weitreichende Auswirkungen über die externe Berichterstattung hinaus auf das interne Berichtswesen, die IT-Systeme, Vergütungsmodelle, Kreditratings und vieles mehr.

Nach IFRS 1 ist allein die rückwirkende Anwendung derjenigen Standards in der Eröffnungsbilanz vorgesehen, die am Ende des aktuellen dargestellten Geschäftsjahres (beispielsweise 31. Dezember 2005) in Kraft sind. Von diesem strengen Grundsatz existieren sechs optionale und drei verpflichtende Ausnahmen. Die optionalen Ausnahmen, die sich alle auf die IFRS-Eröffnungsbilanz beziehen, können einzeln oder in freier Kombination gewählt werden. Es sind dies:

(a) die Abbildung von Unternehmenszusammenschlüssen im Jahresabschluß,
(b) der Ansatz von Zeitwerten oder die Neubewertung zu „angemessenen Kosten“ (deemed cost),
(c) die Bilanzierung von Leistungen an Arbeitnehmer (im wesentlichen Pensionsrückstellungen),
(d) die Erfassung von Differenzen aus der Fremdwährungsumrechnung im Konzernabschluß,
(e) die Abbildung strukturierter Finanzinstrumente sowie
(f) die Bilanzierung von Vermögenswerten und Schulden von Tochterunternehmen, assoziierten Unternehmen sowie Gemeinschaftsunternehmen bei zeitversetztem Übergang auf IFRS.

Langwierige Umbewertungen und eine damit verbundene Vergangenheitsbetrachtung können nach dieser neuen Regel unter anderem dadurch vermieden werden, daß nach HGB abgebildete Unternehmenszusammenschlüsse und aus diesen resultierende Firmenwerte beim Übergang auf IFRS grundsätzlich nicht anzupassen sind. So lebt auch ein nach HGB erfolgsneutral gegen das Eigenkapital verrechneter Firmenwert in der IFRS-Eröffnungsbilanz nicht wieder auf. Umständliche Adjustierungen des Sachanlagevermögens durch Einführung der linearen Abschreibung bei gleichzeitig längeren Nutzungsdauern können beispielsweise durch die einmalige Neubewertung der Sachanlagen vermieden werden.

Der Preis dieser zu begrüßenden Erleichterungen ist vor allem in Abstrichen der Vergleichbarkeit zwischen Unternehmen auszumachen, die nicht denselben Umstellungsstichtag wählen. Die zwischenperiodische Vergleichbarkeit der Finanzdaten desselben Unternehmens wird durch die Erleichterungen indes nicht betroffen. Zudem sieht IFRS 1 der Transparenzmaxime folgend umfangreiche Erläuterungen im ersten IFRS-Abschluß sowie den korrespondierenden Zwischenabschlüssen vor.

Neben den sechs optionalen Ausnahmen schreibt IFRS 1 drei verpflichtende Ausnahmen vom Grundsatz der rückwirkenden Anwendung in der Eröffnungsbilanz vor. Diese betreffen die Ausbuchung bestimmter finanzieller Vermögenswerte und Schulden, die bilanzielle Abbildung von Sicherungszusammenhängen (hedge accounting) sowie den Umgang mit Schätzungen. Insbesondere letztere Ausnahme schränkt den bilanzpolitischen Spielraum im Rahmen der Eröffnungsbilanz ein.

Insgesamt wird der Übergang von HGB auf IFRS mit dem neuen Standard erleichtert. Es sind allerdings nicht alle der im vergangenen Jahr als Entwurf von IFRS 1 vorgeschlagenen Erleichterungen auch im endgültigen IFRS enthalten. Das betrifft insbesondere die in IFRS 1 neu aufgenommene Verpflichtung, Vermögenswerte und Schulden anzusetzen, die im Rahmen der Erstkonsolidierung nach HGB dem Grunde nach nicht angesetzt worden waren, sofern die internationalen Vorschriften ihren Ansatz vorgesehen hätten. Hiervon sind neben selbsterstellten immateriellen Vermögenswerten vor allem solche Gegenstände betroffen, die mittels Finanzierungsleasing genutzt wurden, und im Zuge eines Unternehmenserwerbs im HGB-Konzernabschluß in der Vergangenheit zugegangen sind.

Im Laufe dieses Jahres sowie in 2004 wird das IASB das Normensystem weiterhin erheblich überarbeiten und ergänzen. Diese Änderungen werden automatisch Rückwirkungen auf den Übergang von HGB auf IFRS haben, da die am aktuellen Bilanzstichtag gültigen IFRS bei der erstmaligen Anwendung der Regelungen maßgeblich sind. Für das Jahr 2005 sieht das IASB jedoch keine Inkraftsetzung neuer IFRS vor. Das heißt: Das Arbeitsprogramm des IASB ist auf die EU-Verordnung abgestellt.

Die EU Kommission berät im Spätsommer dieses Jahres erstmals über die Anerkennung einzelner Standards und Interpretationen. Dieser europarechtlich bedeutsame Anerkennungsprozeß ist in der EU-Verordnung ebenso vorgesehen wie die offizielle Übersetzung der IFRS und bisherigen IAS in alle Amtssprachen der EU.

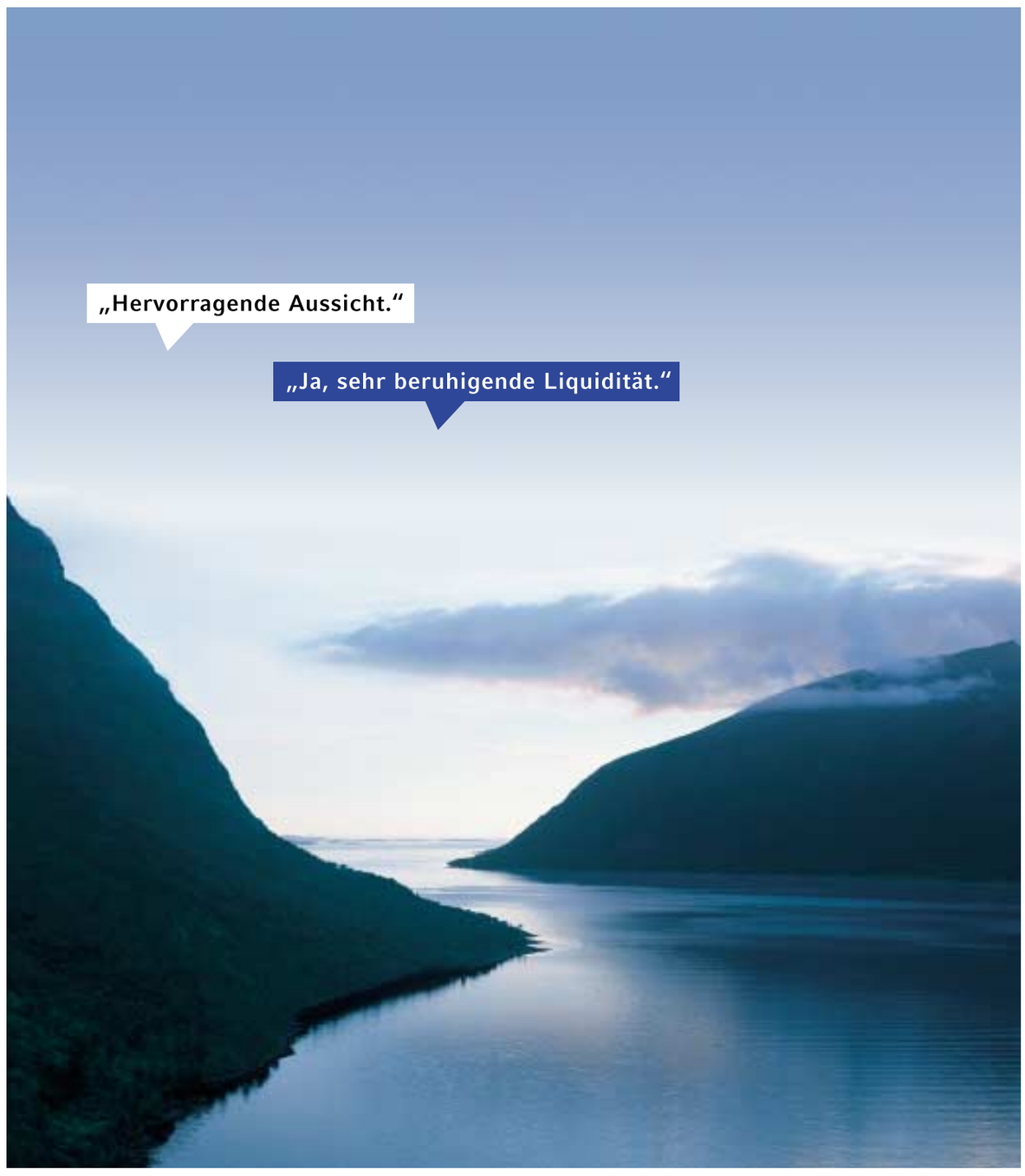
Bei der europaweiten Einführung der IFRS handelt es sich nicht um eine bloße Änderung der Rechnungslegungsgrundsätze, sondern um einen Meilenstein bei der Schaffung und Integration eines europäischen Finanzmarkts. Deshalb muß diese grundlegende Veränderung von der Unternehmensführung gelenkt werden, da sie sich auf das gesamte Unternehmen auswirkt – sowohl auf das interne als auch auf das externe Unternehmensumfeld. Neben den Mitarbeitern und Anteilseignern wird die Unternehmensleitung künftig gehalten sein, in der gemeinsamen Rechnungslegungssprache „IFRS“ unter anderem mit Kreditgebern, Analysten, Geschäftspartnern, Journalisten sowohl über das Finanz- als auch Nichtfinanzumfeld zu kommunizieren.

Unsere Erfahrungen haben gezeigt, daß sich ein integrierter Umstellungsprozeß auf IFRS leicht über einen Zeitraum von 18 Monaten oder mehr erstreckt; weniger komplexe Umstellungen nehmen im Regelfall zwischen sechs und zwölf Monate in Anspruch. Durch eine frühzeitige Umstellung besteht die Chance, aufgrund des Zeitvorteils kritische Fragestellungen rechtzeitig zu erkennen, eventuelle Probleme der IFRS-Umstellung in den Griff zu bekommen und die besten Lösungen implementieren zu können. Derzeit unterschätzen die meisten Unternehmen noch den finanziellen und personellen Aufwand, mit dem eine Umstellung auf IFRS verbunden ist. Zugleich werden auch die sich aus der Umstellung ergebenden Chancen noch ignoriert oder nur unzureichend wahrgenommen.

—

Professor Dr. Sven Hayn, CPA, ist Partner der Ernst & Young AG und leitet die IFRS-Gruppe im National Office.

Gerd W. Stürz, WP/StB leitet als Vorstandsmitglied der Ernst & Young AG den Bereich Wirtschaftsprüfung und prüfungsnahe Beratung.



Als eine international führende Bank entwickeln wir Finanzkonzepte über den kurzfristigen Bedarf unserer Kunden hinaus. Denn nur weitsichtiges Denken führt zu erfolgreichen nachhaltigen Lösungen.
Dedication you can count on. www.westlb.de

unsere spiele so bunt wie die welt
düsseldorf | rhein-ruhr 2012

WestLB

Equity Solutions | Credit Products | Treasury & Fixed Income | Financial Structuring | Asset Management