

DIE VISUELLE BILANZ 2020

DIE BEWERTUNG DES CORPORATE REPORTINGS DURCH DAS CCI

Die Karriere des Geschäftsberichts-PDF scheint unaufhaltsam. In der diesjährigen CCI-Analyse der Geschäftsberichte des DAX 30 aus dem Jahr 2019 wurden 8 Printberichte, 14 Online Berichte und 29 PDFs bewertet, wobei acht Unternehmen ausschließlich ein PDF veröffentlichen. Sechs Unternehmen veröffentlichen einen Printbericht und ein PDF, sieben Unternehmen publizieren Online und PDF und nur acht Unternehmen veröffentlichen intermedial über alle Kanäle.



	PRINT	PDF	ONLINE
BASF	•	•	•
BEIERSDORF*	•	•	•
COVESTRO	•	•	•
DAIMLER	•	•	•
DPDHL*	•	•	•
DEUTSCHE TELEKOM	•	•	•
SAP	•	•	•
VONOVIA	•	•	•
ADIDAS		•	•
ALLIANZ		•	•
BMW		•	•
CONTINENTAL		•	•
EON		•	•
FRESENIUS		•	•
HENKEL		•	•
IIFINEON		•	•
MERCK		•	•
MTU		•	•
RWE		•	•
SIEMENS		•	•
VW		•	•
BAYER		•	•
DEUTSCHE BANK		•	•
DEUTSCHE BÖRSE		•	•
FRESENIUS M.C.		•	•
HEIDELBERGCEMENT		•	•
DEUTSCHE LUFTHANSA		•	•
LINDE		•	•
MÜNCHENER RÜCK		•	•

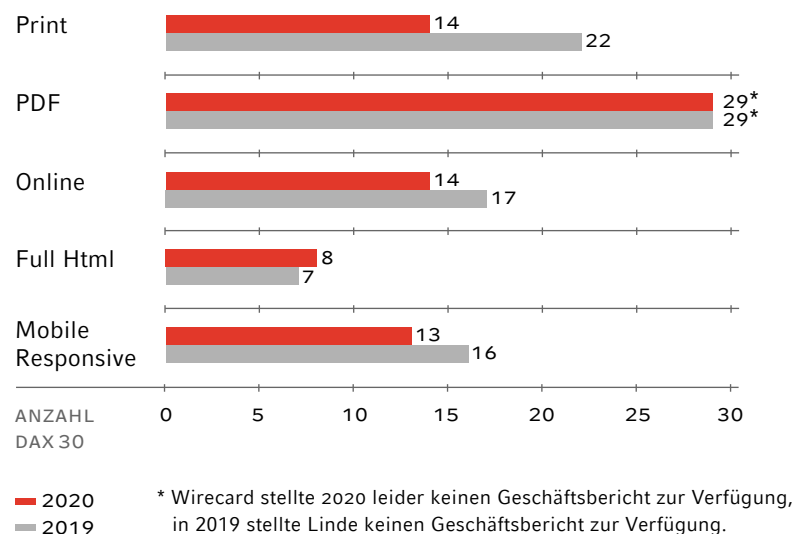
* Zum Zeitpunkt der CCI-News standen die Online Berichte von Beiersdorf und DPDHL nicht mehr zur Verfügung

CCI FACTS & FIGURES

DIE VISUELLE BILANZ 2020

Überblick Bewertungsergebnisse 2020

Formate der Berichterstattung



Ob Printbericht oder PDF, ob Online Geschäftsbericht oder Social Media, jedes Medium benötigt eine eigenständige medien-spezifische Aufbereitung um seine kommunikative Wirkung entfalten zu können. Wie steht es aber mit der Medienadäquanz des Reporting? Die durchschnittlichen Ergebnisse je Medium zeigen eine leichte Tendenz nach oben, allerdings bewegen sich die Ergebnisse im mittleren Standardbereich. Lediglich die Online-Berichte wurden im Mittel über Standard bewertet. Lesen Sie hierzu die folgenden Seiten unserer CCI-News 25.

Die durchschnittlichen Ergebnisse je Medium

	Gesamt	Print	PDF	Online
2020	47,8 %	50,6 %	44,8 %	62,4 %
2019	46,5 %	48,8 %	42,9 %	61,0 %

Bewertungslevel

RANKING-BEREICH	GESAMTERGEBNIS
HERAUSRAGEND	100 – 80 %
ÜBER STANDARD	< 80 – 60 %
STANDARD	< 60 – 40 %
UNTER STANDARD	< 40 – 20 %
WEIT UNTER STANDARD	< 20 – 0 %

Spitzenwerte DAX30 im Jahresvergleich

	Gesamt	Print	PDF	Online
2020	75,8 %	71,8 %	75,9 %	80,6 %
2019	74,7 %	82,5 %	71,9 %	89,0 %
2018	77,6 %	84,1 %	–	79,2 %
2017	80,4 %	85,4 %	–	78,5 %
2016	79,5 %	84,2 %	–	80,0 %

CCI FACTS & FIGURES

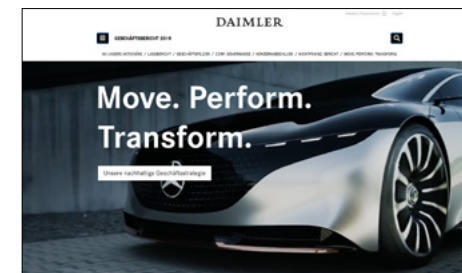
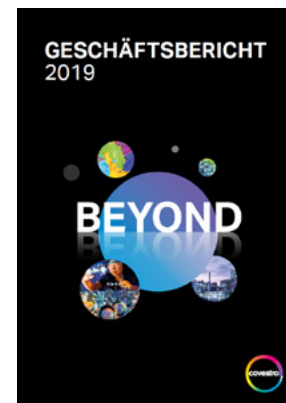
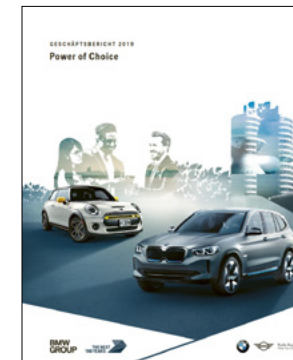
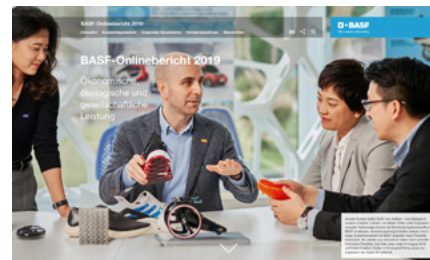
DIE VISUELLE BILANZ 2020

Die Besten im Corporate Reporting

Gesamtbewertung und Einzelbewertung nach Medium

Jeweils Rang 1–5

	Gesamt	Print	PDF	Online
1.	DPDHL	Daimler	DPDHL	ADIDAS
2.	ADIDAS	DPDHL	ADIDAS	DPDHL
3.	BASF	BASF	BASF	BMW
4.	BMW	Covestro	FMC	BASF
5.	Covestro Daimler	Vonovia	Henkel	Covestro



CCI FACTS & FIGURES

DIE VISUELLE BILANZ 2020

Gesamtbewertung des Corporate Reportings 2020

Umgang mit der CSR-Richtlinie

■ 2020 ■ 2019 ■ 2018

4 Unternehmen (5) (5)

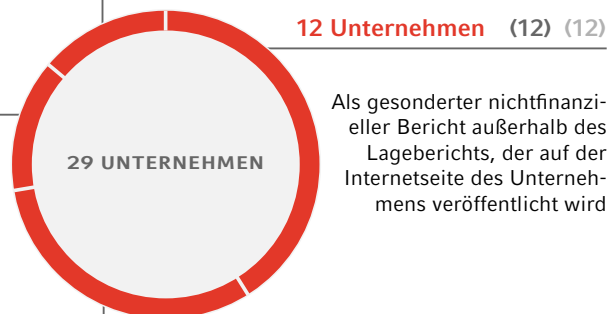
Volle Integration in
den Lagebericht

4 Unternehmen (6) (6)

Als gesonderter
nichtfinanzieller Bericht
außerhalb des Lagebe-
richts, der gemeinsam
mit dem Lagebericht im
Bundesanzeiger
offengelegt wird

9 Unternehmen (6) (4)

Als gesonderter Abschnitt
im Lagebericht



Durchschnitt aus Print, PDF, Online

DAX 30 Ergebnisse in alphabetischer Reihenfolge

Unternehmen	
HERAUSRAGEND 100 – 80 %	UNTER STANDARD < 40 – 20 %
–	Allianz
	Deutsche Bank
ÜBER STANDARD < 80 – 60 %	Deutsche Börse
ADIDAS	E.on
BASF	HeidelbergCement
BMW	Linde
Covestro	RWE
Daimler	SAP
DPDHL	Siemens
Fresenius M.C.	
	WEIT UNTER STANDARD < 20 %
STANDARD < 60 – 40 %	Munich Re
Bayer	
Beiersdorf	
Continental	
Deutsche Telekom	
Deutsche Lufthansa	
Fresenius	
Henkel	
Infineon	
Merck	
MTU	
Volkswagen	
Vonovia	

CCI FACTS & FIGURES

DIE VISUELLE BILANZ 2020

Bewertung des Corporate Reportings nach Medium

DAX 30 Ergebnisse in alphabetischer Reihenfolge

Online 2020 DAX 30

Unternehmen
HERAUSRAGEND 100 – 80 %
ADIDAS
DPDHL
ÜBER STANDARD < 80 – 60 %
BASF
BMW
Covestro
Daimler
Merck
Volkswagen
Vonovia
STANDARD < 60 – 40 %
Continental
Deutsche Telekom
Fresenius
SAP
UNTER STANDARD < 40 – 20 %
Beiersdorf
Henkel
WEIT UNTER STANDARD < 20 %
–

Print 2020 DAX 30

Unternehmen
HERAUSRAGEND 100 – 80 %
–
ÜBER STANDARD < 80 – 60 %
BASF
Covestro
Daimler
DPDHL
MTU
Vonovia
STANDARD < 60 – 40 %
Beiersdorf
Infineon
RWE
UNTER STANDARD < 40 – 20 %
Allianz
Deutsche Telekom
E.on
SAP
Siemens
WEIT UNTER STANDARD < 20 %
–

PDF 2020 DAX 30

Unternehmen	
HERAUSRAGEND 100 – 80 %	UNTER STANDARD < 40 – 20 %
–	Allianz
ÜBER STANDARD < 80 – 60 %	Deutsche Bank
ADIDAS	Deutsche Börse
BASF	Deutsche Telekom
DPDHL	HeidelbergCement
Fresenius M.C.	Linde
Fresenius	MTU
Henkel	RWE
STANDARD < 60 – 40 %	Siemens
Bayer	WEIT UNTER STANDARD < 20 %
Beiersdorf	Munich Re
BMW	
Continental	
Covestro	
Daimler	
Deutsche Lufthansa	
Infineon	
Merck	
SAP	
Volkswagen	
Vonovia	

CCI INFO

ERLÄUTERUNG DER ANALYSEKRITERIEN

Erläuterung der Analysekatgorien

Die Kriterien zur Analyse der kommunikativen und gestalterischen Qualität des Reportings wurden gestrafft. Insgesamt umfasst die Analyse rund sechzig Einzelkriterien. Die wesentlichen Kriterien werden im Folgenden erläutert.

DAS BEWERTUNGSSYSTEM DES CCI

		MAXIMAL ZU ERREICHENDE PUNKTE			
	CCI-HAUPTKATEGORIEN	ONLINE	PRINT	PDF	GEWICHTUNG
I	Angemessenheit	40	40	40	20%
II	Gesamteindruck	40	40	40	20%
III	Seitenaufbau/Farbe	45	45	45	10%
IV	Typografie	45	45	45	10%
V	Bildsprache/Media	30	30	30	10%
VI	Informationsgrafik	30	30	30	10%
VII	Medienspezifische Aufbereitung	30	30	30	20%
		260	260	260	100%

CCI INFO

ERLÄUTERUNG DER ANALYSEKRITERIEN

ANGEMESSENHEIT

Distribution – Erster visueller Eindruck – Corporate Identity

Unter anderem wird hier analysiert, ob Nutzer zwischen unterschiedlichen Formaten der Berichterstattung wählen können, ob das Geschäftsmodell und die Wertschöpfung dargestellt sind, ob die Unternehmenskultur, Ziele und Strategien visuell verdeutlicht werden und ob das Reporting gestalterisch eindeutig dem Unternehmen zuzuordnen ist.

GESAMTEINDRUCK

Navigation/Vernetzung – Eigenständigkeit – Repräsentation

Hier wird unter anderem analysiert, ob Informationen verknüpft sind, ob der Geschäftsbericht eine visuell getragene inhaltliche Idee verdeutlicht, ob das Management angemessen dargestellt ist, wie die Interessen der Anspruchsgruppen und ob ökologische und gesellschaftliche Leistungsindikatoren visualisiert werden.

SEITENAUFBAU/FARBE

Funktionale Qualität – Emotionale Qualität

Diese Kriterien beinhalten unter anderem, ob die Standards des jeweiligen Mediums genutzt werden, ob Farbe zur Systematisierung eingesetzt wird und ob alle gestalterischen Elemente ein überzeugendes Zusammenspiel bilden.

CCI INFO

ERLÄUTERUNG DER ANALYSEKRITERIEN

TYPOGRAFIE

Makrotypografie – Mikrotypografie – Übersichtlichkeit der Tabellen

Hier wird unter anderem analysiert, ob der Text gut gegliedert und lesefreundlich typografiert ist und ob die Tabellen wahrnehmungsfreundlich und informativ gestaltet sind.

BILDSPRACHE (FOTOGRAFIE/ILLUSTRATION/BEWEGTBILD)

Funktionale Qualität – Emotionale Qualität

Neben der technischen Qualität wird hier unter anderem analysiert, ob Gender- und Diversity- Aspekte berücksichtigt werden und ob die Narration unternehmensspezifisch ist.

INFORMATIONSGRAFIK

Funktionale Qualität – Emotionale Qualität

Hier wird unter anderem analysiert, ob Mengenverhältnisse korrekt wiedergegeben werden, ob die Connectivity sowie Aussagen zu Chancen, Risiken und Prognosen visualisiert sind und ob Informationsgrafiken prägnant und wahrnehmungsfreundlich zur Informationsvermittlung beitragen.

CCI INFO

ERLÄUTERUNG DER ANALYSEKRITERIEN

MEDIENSPEZIFISCHE AUFBEREITUNGOnline

Die Analyse umfasst unter anderem Bewegtbild und Animation, deren akustische Wiedergabe sowie Servicefunktionen. Außerdem die sinnvolle Verknüpfung der Informationen und die Responsivität des Mediums.

MEDIENSPEZIFISCHE AUFBEREITUNGPrint

Hier geht es um die Materialqualität, die buchbinderische Verarbeitung, Druck und Reprografie, taktile Elemente sowie ökologische Produktionsverfahren.

CCI SERVICE

WISSEN, DAS WEITERBRINGT

In welchen Punkten können Sie Ihren Geschäftsbericht weiterentwickeln? Wo genau stecken die Optimierungspotenziale – bei der medialen Angemessenheit, dem Seitenaufbau, der Typografie, der Bildsprache oder den multimedialen Anteilen? Ist es gelungen, das Unternehmen eigenständig und unverwechselbar und damit identitätsstiftend darzustellen? Ist die formulierte Leitidee mit der Gesamtpublikation konsistent verknüpft? Weisen visualisierte »Non-Financials« den Report als repräsentatives Medium der Unternehmenskultur aus? Ist der Geschäftsbericht übersichtlich und sinnvoll gegliedert? Erlaubt er eine intuitive Navigation? Und wie ist der Bericht eigentlich in puncto Einzelkriterien im Vergleich zu den besten Werken positioniert?

cci-Datenbank: Vergleiche optimal nutzen

Herzstück der umfassenden Analysen des cci ist die cci-Datenbank, die speziell für die Auswertung der gestalterischen Qualität von Geschäftsberichten und Medien des Corporate Publishing entwickelt wurde. Die Ergebnisse des Wettbewerbs um die besten Geschäftsberichte sind darin über mehrere Jahre nachvollziehbar als aussagefähiges

Stärken-Schwächen-Profil dokumentiert und über Detailabfragen individuell abrufbar. Vergleichen lassen sich diese Abfragen nach Indizes, den einzelnen Prüfkriterien, innerhalb eines Jahrgangs oder gar im 5-Jahres-Verlauf. Auch Benchmarks, beispielsweise innerhalb einer bestimmten Branche, sind möglich. Weiterhin enthält unser Analysetool statistische Übersichten zu Verarbeitung und Ausstattung, beispielsweise zu Formaten, Bindungen, verwendeten Schriften, Grundrastern, Innenseitenaufkommen etc.

IMPRESSUM

cci-News 25_2020 | 15. Jahrgang | ISSN: 2625-9680

Herausgeber

CCI
Prof. Gisela Grosse
msd – münster school of design,
FH Münster
Leonardo-Campus 6
D-48149 Münster
Fon +49 251.83 65 3-75
Fax +49 251.83 65 3-76
www.cci-muenster.de
cci@fh-muenster.de

Redaktion

Prof. Gisela Grosse (verantw.)

Layout

Josefin Hemker

Bildquellen

CCI

Font

Linotype Compatil