

## CCI FACTS & FIGURES

DIE BEWERTUNG DES CORPORATE REPORTINGS 2019

### DIE VISUELLE BILANZ 2019

DIE BEWERTUNG DES CORPORATE REPORTINGS DURCH DAS CCI

## Weiterentwicklung der Analysekriterien

Unsere neue Studie ›System Geschäftsbericht – zur Intermedialität der Berichterstattung‹ hat eine deutliche Verschiebung in der Priorisierung der Medien gegenüber der Studie von 2014 gezeigt. Während in 2014 noch von der überwiegenden Anzahl der Unternehmen dem gedruckten Geschäftsbericht eine hohe Bedeutung zugeschrieben wurde, wird in 2018 der Veröffentlichung eines PDFs eine hohe bis sehr hohe Bedeutung beigemessen. Print- und HTML-Reporting rangieren im mittleren Bereich.

Das cci hat diese Entwicklung aufgenommen und die Analyse-kriterien für das Corporate Reporting entsprechend weiterentwickelt. Seit der diesjährigen Bewertungssaison wird das PDF neben dem Print- und Onlinebericht sowie der App auf die kommunikative und gestalterische Qualität hin bewertet. Die medienspezifische Aufbereitung des Corporate Reporting fließt mit 20% in die Gesamtbewertung ein.

SO SETZT SICH DAS NEUE PUNKTSYSTEM ZUSAMMEN:

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

---

## CCI FACTS & FIGURES

---

DIE BEWERTUNG DES CORPORATE REPORTINGS 2019

# Erläuterung der Analysekategorien

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.

## 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.

## 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.

---

## CCI FACTS & FIGURES

---

### DIE BEWERTUNG DES CORPORATE REPORTINGS 2019

#### **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.

#### **MEDIENSPEZIFISCHE AUFBEREITUNG**

Online

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 AUFBEREITUNG**

Print

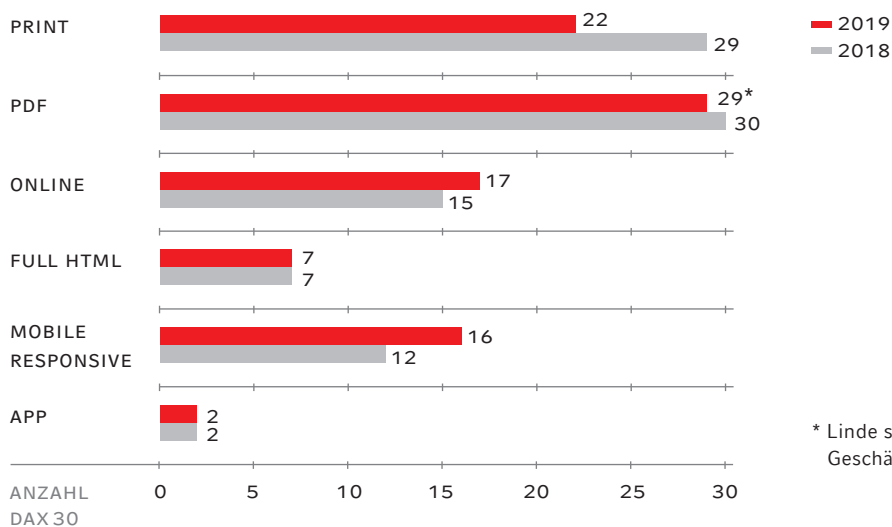
Hier geht es um die Materialqualität, die buchbinderische Verarbeitung, Druck und Reproduktion, taktile Elemente sowie ökologische Produktionsverfahren.

## CCI FACTS & FIGURES

### DIE BEWERTUNG DES CORPORATE REPORTINGS 2019

## Überblick Bewertungsergebnisse 2019

### Formate der Berichterstattung



\* Linde stellte 2019 leider keinen Geschäftsbericht zur Verfügung.

### Die durchschnittlichen Ergebnisse je Medium

	Gesamt	Print	PDF	Online	App
	46,53 %	48,77 %	42,94 %	61,03 %	3,38 %

### Die Besten Ergebnisse je Medium

	Gesamt	Print	PDF	Online	App
1.	BMW	BMW	BASF	BASF	Bayer
2.	BASF	Merck	DPDHL	BMW	Allianz
3.	DPDHL	DPDHL	Henkel	Bayer	–
4.	Merck	Daimler	FMC	Daimler	–
5.	Daimler	BASF	Adidas	DPDHL	–

## CCI FACTS & FIGURES

DIE BEWERTUNG DES CORPORATE REPORTINGS 2019

# Gesamtbewertung des Corporate Reportings 2019

Durchschnitt aus **Print, PDF, Online und App**

DAX 30 Ergebnisse in alphabetischer Reihenfolge

Unternehmen	
<b>HERAUSRAGEND 100 – 80 %</b>	<b>UNTER STANDARD &lt; 40 – 20 %</b>
–	Beiersdorf AG
<b>ÜBER STANDARD &lt; 80 – 60 %</b>	Deutsche Bank AG
	Deutsche Börse AG
	Deutsche Telekom AG
	E.on SE
	Munich Re
	RWE AG
	SAP AG
	Siemens AG
	Wirecard AG
	<b>STANDARD &lt; 60 – 40 %</b>
Bayer AG	Allianz SE
Continental AG	
Covestro AG	
Deutsche Lufthansa AG	
Fresenius SE	
HeidelbergCement AG	
Henkel KGaA	
Infineon AG	
Thyssenkrupp AG	
Volkswagen AG	
Vonovia SE	

### Bewertungslevel

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

## CCI FACTS &amp; FIGURES

DIE BEWERTUNG DES CORPORATE REPORTINGS 2019

# Bewertung des Corporate Reportings nach Medium

DAX 30 Ergebnisse in alphabetischer Reihenfolge

Print 2019 DAX 30

Unternehmen
<b>HERAUSRAGEND 100 – 80 %</b>
BMW Group AG
<b>ÜBER STANDARD &lt; 80 – 60 %</b>
BASF SE
Daimler AG
Deutsche Lufthansa AG
Deutsche Post DHL
Merck KGaA
<b>STANDARD &lt; 60 – 40 %</b>
Continental AG
Covestro AG
HeidelbergCement AG
Infineon AG
Thyssenkrupp AG
Volkswagen AG
Vonovia SE
<b>UNTER STANDARD &lt; 40 – 20 %</b>
Allianz SE
Beiersdorf AG
Deutsche Telekom AG
E.on SE
Munich Re
RWE AG
SAP AG
Siemens AG
Wirecard AG
<b>WEIT UNTER STANDARD &lt; 20 %</b>
–

PDF 2019 DAX 30

Unternehmen
<b>HERAUSRAGEND 100 – 80 %</b>
–
<b>ÜBER STANDARD &lt; 80 – 60 %</b>
Adidas AG
BASF SE
Deutsche Post DHL
Fresenius Medical Care AG
Henkel AG
<b>STANDARD &lt; 60 – 40 %</b>
Bayer AG
BMW Group AG
Covestro AG
Daimler AG
Deutsche Lufthansa AG
Fresenius SE
Merck KGaA
Thyssenkrupp AG
Volkswagen AG
Vonovia SE
<b>UNTER STANDARD &lt; 40 – 20 %</b>
Allianz AG
Beiersdorf AG
Continental AG
Deutsche Bank AG
Deutsche Börse AG
Deutsche Telekom AG
E.on SE
HeidelbergCement AG
Infineon AG
Munich Re
RWE AG
SAP AG
Siemens AG
Wirecard AG
<b>WEIT UNTER STANDARD &lt; 20 %</b>
–

Online 2019 DAX 30

Unternehmen
<b>HERAUSRAGEND 100 – 80 %</b>
BASF SE
Bayer AG
BMW Group AG
<b>ÜBER STANDARD &lt; 80 – 60 %</b>
Adidas AG
Covestro AG
Daimler AG
Deutsche Post DHL
Merck KGaA
Volkswagen AG
<b>STANDARD &lt; 60 – 40 %</b>
Continental AG
Deutsche Lufthansa AG
Deutsche Telekom AG
Fresenius SE
Vonovia SE
<b>UNTER STANDARD &lt; 40 – 20 %</b>
Beiersdorf AG
Henkel AG
SAP AG
<b>WEIT UNTER STANDARD &lt; 20 %</b>
–

CCI FACTS & FIGURES

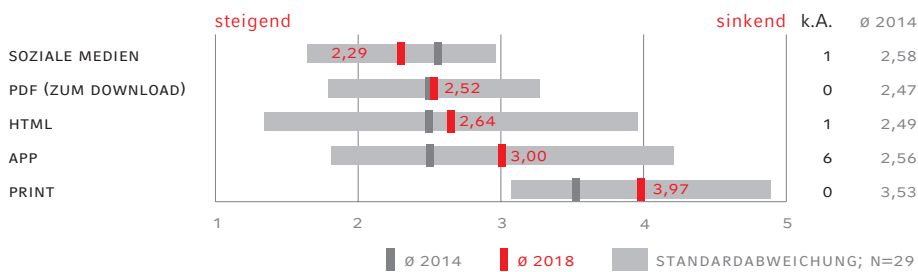
DIE BEWERTUNG DES CORPORATE REPORTINGS 2019

# Social Media im Corporate Reporting 2019

Auszug aus der aktuellen Intermedialitätsstudie:

**WIE SCHÄTZEN SIE DIE KÜNFTIGE BEDEUTUNG DER EINZELNEN KOMMUNIKATIONSMEDIEN FÜR IHRE BERICHTERSTATTUNG EIN?**

Anhand der Wertung entlang einer Skala von 1 (steigend) bis 5 (sinkend)



## Wie nutzen die DAX 30-Unternehmen ihre Social Media Kanäle im Rahmen des Reportings?

