

VISUELLE STANDARDS IM BERICHTSWESEN DER SCHWEIZERISCHEN POST

Wir sollten auch schaffen, was für Ingenieure und Musiker selbstverständlich ist: die Trennung von Form und Inhalt des Dargestellten. Sprechen wir denn von einer gut aussehenden technischen Zeichnung und Beethovens schönem Notendesigns? Nein, es geht um das Verstehen der technischen Lösung und die Schönheit der Musik. Und dafür gibt es Standards. Bei der Schweizerischen Post hat man schon vor mehr als zehn Jahren begonnen, visuelle Standards für das interne und das externe Berichtswesen umzusetzen.

Von Thomas Egger und Rolf Hichert



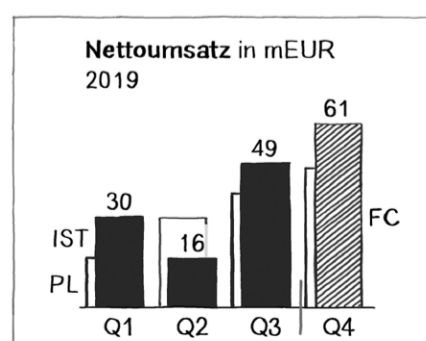
THOMAS EGGER
ist CFO von PostLogistics und Verwaltungsrat in verschiedenen Unternehmen, u.a. ehemals in der PostFinance. Thomas Egger ist Absolvent der Universitäten St. Gallen und Rochester NY, USA, er begann seine berufliche Tätigkeit beim Schweizerischen Bankverein.



ROLF HICHERT
ist Präsident der IBCS Association und Geschäftsführer der HICHERT+FAISST GmbH. Zuvor war er Professor in Konstanz und Brandenburg. Rolf Hichert ist promovierter Ingenieur, er begann seine berufliche Tätigkeit bei McKinsey & Company in Düsseldorf.

Es begann 2007 im Konzerncontrolling der Schweizerischen Post mit einer kritischen Betrachtung des Istzustandes im Berichtswesen – insbesondere bei der visuellen Gestaltung von Diagrammen und Tabellen in den Ergebnisberichten und Präsentationen: Warum diese Vielfalt an Farben und Formen, warum Dutzende von unterschiedlichen Darstellungen zu gleichen Inhalten? Wir hatten uns die Konzepte von Musikern, Ingenieuren und andere Professionen angeschaut; sie alle haben sich auf visuelle Standards geeinigt, und dies teilweise seit hunderten von Jahren. Aus einer Idee, aus einem Vortrag und mehreren Workshops wurde ein schlüssiges Konzept: «Norden ist oben» haben wir umgesetzt in «Ist ist gefüllt, Plan ist gerahmt, Forecast ist schraffiert». In einem Notationshandbuch wurden die Standards beschrieben – und mit Hilfe von geeigneten Softwarelösungen umgesetzt. Natürlich gab es zu Beginn Widerstände, aber der Erfolg stellte sich schnell ein: Aus Hunderten von unterschiedlichen Diagrammen blieb ein halbes Dutzend übrig.

Bald stellte sich die Frage, ob das erprobte Konzept nicht auch im externen Berichtswesen umgesetzt werden könnte. Mit dem Externen Dr. Andreas Sturm und einem überzeugten Team von internen Spezialisten war es dann beim Zwischenbericht Januar bis Juni 2008 so weit: Gleich auf dem Innenumschlag stand der inzwischen berühmt gewordene Satz: «Im Sinne von <True and Fair View> sind sämtliche Grafiken massstabsgetreu dargestellt. CHF 1 Mrd. entspricht 20 mm.» Der damalige Betriebsertrag im ersten Semester von rund 4.4 Mrd. Franken war tatsächlich genau zehnmal so lang wie das Betriebsergebnis von rund 430 Mio. Franken. Eine Selbstverständlichkeit? Mitnichten. Eine ZHAW-Studie von 2015 über die Qualität der Ergebnispräsentationen von Schweizer Banken zeigt, dass drei Viertel der über 400 untersuchten Diagramme «selbst elementaren Anforderungen nicht genügt».



Ist ist gefüllt, Plan ist gerahmt, Forecast ist schraffiert

Und welche Standardisierungen kamen im Verlauf der letzten Jahre hinzu?

Ein einheitliches Titelkonzept mit Angabe der Berichtsentität, der Messgrösse samt Einheit und weiterer Standardangaben. Zusätzlich haben alle Diagramme seit zwei Jahren eine Botschaft, die den dargestellten Inhalt in einem Satz zusammenfasst. Und inzwischen geht die Zeitrichtung auch in Tabellen von links nach rechts – keineswegs eine Selbstverständlichkeit, wie eine Analyse von europäischen Geschäftsberichten zeigt. Es gibt klare Notationsregeln beispielsweise für die Verwendung von Farben: Rot steht für schlechte und Grün für gute Abweichungen – Schwarz steht für Istzahlen, Grau für Vorjahreszahlen. Es wird auf alle dekorativen Elemente verzichtet, die Beschriftungen werden integriert, die Jahre sind immer gleich breit, und nicht nur die negativen, sondern auch die positiven Abweichungen erhalten ein Vorzeichen.

Diese und weitaus mehr Regeln lehnen sich an die International Business Communication Standards (IBCS®) an, die von einer in der Schweiz beheimateten Non-Profit-Organisation betreut werden.

Was der Nutzen dieser Bemühungen nach Standardisierung ist? Manipulationen durch falsche Skalierung werden ausgeschlossen, das Verständnis wird erleichtert, die gleichen Regeln für alle internen und externen Berichte erleichtern die Kommunikation. Weiter ermöglicht die Standardisierung und Harmonisierung die zukünftige Schaffung einer «Reporting Factory» und damit die Hebung von Einsparpotenzial für den Konzern.

Heute gibt es bereits viele hundert Unternehmen, die sich bei den internen Berichten an den IBCS-Standards orientieren. Bei der externen Berichterstattung sind es erst wenige – die Schweizerische Post ist hier Vorreiter. Wir hoffen, dass bald mehr folgen werden.

WEITERE INFORMATIONEN

Finanzbericht Schweizerische Post 2018

ibcs.com/fbpost18

International Business Communication Standards.

ibcs.com/standards18

Gefüllt, gerahmt, schraffiert. Vahlen 2019.

ibcs.com/vahlen19

Qualität der Ergebnispräsentationen. ZHAW 2015

ibcs.com/zhaw15

Wie der Ochs pflügt.

Frankfurter Allgemeine Zeitung 2017.

ibcs.com/faz17