

VON DER PRESTIGEPUBLIKATION ZUM TÜRSTOPPER

Die Zeiten der gedruckten Geschäftsberichte sind längst vorbei. Heute veröffentlichen Unternehmen digitale Berichte, um mit ihren Stakeholdern in Kontakt zu treten und wichtige Informationen über den Geschäftsverlauf bereitzustellen – zumindest, wenn sie klug sind. Denn Digitalberichte haben einige unschlagbare Vorteile, und Unternehmen, die heute in sie investieren, gute Chancen, sich morgen entscheidende Vorteile zu verschaffen.

Von Luca Lavina



LUCA LAVINA ist seit 2021 für die Clariant International AG tätig und als Manager Corporate Publishing für den Integrated Report des Unternehmens verantwortlich. Zuvor arbeitete er als Kommunikationsberater in einer Agentur sowie als Autor für eine Schweizer Tageszeitung.

210 auf 280 auf 17 Millimeter. 831 Gramm schwer. Der Umschlag aus dickem schwarzem Offsetkarton, darauf ein neongrüner Titel, hinter dem sich unser «Clariant C-Badge» verbirgt. Dazwischen 204 Seiten in samtmattem Papier, voller hochaufgelöster Fotografien, Grafiken und leuchtender Akzente. Wir waren stolz auf unseren gedruckten Clariant Integrated Report 2019, als dieser am 9. März 2020 veröffentlicht wurde. Und gleichzeitig war er unser letzter gedruckter Geschäftsbericht. Im Corporate Center von Clariant in Pratteln dienen die letzten noch verbliebenen Exemplare höchstens als Türstopper.

Wer heute noch etwas wissen möchte über das Unternehmen im Geschäftsjahr 2019, besucht die Website, die eigens für den Integrated Report 2019 erstellt wurde, oder wirft einen Blick in das PDF. Denn im Vergleich zum gedruckten Bericht haben diese digitalen Berichte zahlreiche Vorteile:

Zugänglichkeit: Digitalberichte sind für alle jederzeit und von überall her zugänglich. Das macht es einfach für Stakeholder, die Berichtsinhalte einzusehen und zu analysieren. Besonders für Unternehmen mit globaler Präsenz ist das ein entscheidender Vorteil. **Interaktivität:** Digitale Berichte bieten eine ganze Reihe von Funktionen, über die gedruckte Berichte nicht verfügen können. Sind bestimmte Sachverhalte für reinen Fliesstext oder einfache Infografiken zu komplex? Videos oder Animationen helfen, Kernbotschaften effektiver zu vermitteln und das Engagement der Stakeholder zu erhöhen. Hyperlinks ermöglichen es zudem, auf andere Informationsquellen wie etwa Medienmitteilungen zu verweisen, damit Stakeholder sich ein vollständigeres Bild vom Unternehmen machen können.

Übersichtlichkeit: Wie viele Produktionsstätten hatte Clariant Ende 2022? Wie viele Produkte wurden im letzten Jahr mit unserem EcoTain®-Label ausgezeichnet und bieten deshalb besonders viele Nachhaltigkeitsvorteile? Wer Geschäftsberichte regelmässig als Informationsquelle nutzt, will das Gesuchte möglichst schnell und einfach finden, ohne den gesamten Bericht durchblättern zu müssen. Die Suchfunktion in digitalen Berichten ermöglicht genau das und macht Investoren, Analysten, Journalisten und Kommunikatoren glücklich.

Nachhaltigkeit: Fast 3,8 Tonnen Papier wurden für den Clariant Integrated Report 2019 verarbeitet. Das entspricht mehr als fünfeinhalb 25 Meter hohen Fichten. Unternehmen, die auf reine Digitalberichte setzen, reduzieren Papierabfall und die bei der Herstellung sowie beim Versand erzeugten CO₂-Emissionen. Unternehmen, die Nachhaltigkeitsziele formulieren, sollten für ihre Nachhaltigkeitsberichte keine Bäume fällen.

Analytik: Für welche im Geschäftsbericht publizierten Informationen interessieren sich unsere Stakeholder? Bei gedruckten Berichten lässt sich diese Frage nicht beantworten. Mit digitalen Berichten hingegen schon. Und zwar per Knopfdruck. Moderne Webanalysetools liefern innert kurzer Zeit wertvolle Hinweise zum Nutzerverhalten. Damit kann die Wirksamkeit künftiger Berichte optimiert werden.

Flexibilität: Digitale Berichte können leicht angepasst werden. Soll ein paar Stunden vor der Publikation noch eine wichtige Änderung oder Ergänzung vorgenommen werden, braucht es dafür keinen Notstopp einer Druckmaschine. Weil der Druck und der Versand wegfallen, kann an digitalen Berichten länger gearbeitet werden. Das ist besonders in der finalen Phase enorm wertvoll, in der jeder Tag zählt.

Kosteneffizienz: Unternehmen, die darauf verzichten, einen gedruckten Bericht zu produzieren, sparen Kosten für Papier, Tinte, Druck, Versand und Lagerung. Trotzdem können digitale Berichte je nach Format und Features, die zum Einsatz kommen, ziemlich kostspielig sein. Doch bei der grossen Bandbreite an digitalen Formaten sollte für jedes Unternehmen (und Budget) die richtige Lösung dabei sein: Schon einfache, unverlinkte PDFs, die auf der Webseite des Unternehmens zur Verfügung gestellt werden, bieten als digitale Version des gedruckten Geschäftsberichts einige der genannten Vorzüge. Diese können durch Hyperlinks und anklickbare Inhaltsverzeichnisse noch verbessert werden. Manche Unternehmen stellen die PDFs ihrer Berichte auf der eigenen Website zur Verfügung, andere programmieren für ihre Geschäftsberichte teils aufwendige Microsites mit Videos, Animationen und weiteren interaktiven Funktionen. Der Kreativität sind da lediglich durch das Budget Grenzen gesetzt.

Welches Format für einen Digitalbericht gewählt wird, hängt von den Unternehmenszielen, den Stakeholdern und letztlich auch vom Budget ab. Sicher ist aber, dass die Bedeutung von digitalen Berichten, die auf die Bedürfnisse ihrer Zielgruppen eingehen, künftig markant zunehmen dürfte, zumal die Anzahl der publizierten Geschäftsberichte aufgrund regulatorischer Vorgaben steigen wird. Wer einen nutzerfreundlichen Digitalbericht veröffentlicht, ist da im Vorteil.

Es ist also an der Zeit, dass Unternehmen den Wechsel zu reinen Digitalberichten in Angriff nehmen, um ihre Botschaften gekonnt in der digitalen Welt zu platzieren und die gedruckte Vergangenheit hinter sich zu lassen.

EVENT REVIEW

LEADING THE CHANGE - SO GELINGT IHR ONLINE-REPORT

Event in Kooperation mit Management Digital Data AG (MDD)

Online-Berichte kommen heutzutage in vielfältigen Formaten daher: von umfangreichen HTML-Reports auf mehreren Microsites bis zu kurzen Berichten, die lediglich ausgewählte Informationen auf einer Landingpage zusammenfassen.

Diese Vielfalt stellt Unternehmen vor die Fragen: Was ist überhaupt ein Online-Bericht? Welche Vorteile bringen Online-Berichte gegenüber traditionellen Berichten? Welche Varianten gibt es? Was zeichnet einen guten Online-Bericht aus? Wie werden Online-Berichte genutzt? Und: Wie gehe ich es an?

Am Event vom 15. Mai beleuchten Vertreterinnen und Vertreter des Corporate Communication Institute sowie von Clariant und Kirchhoff das Thema Online-Reporting von akademischer und praktischer Seite.

Unterlagen zum Event stehen Mitgliedern nach dem Event im Mitgliederbereich auf unserer Webseite zur Verfügung.

corporate-reporting.com/event/leadingthechangeonline-report



Do you send quarterly results by fax?

No? Then it's time to take your investor relations communication to the next level.

With Swisscom's new IR webcasting solution, you can engage in an inspiring dialogue with your stakeholders.

- Integrated video Q&A function
- Intuitive dashboard for Q&A management
- Instant availability of on demand version
- Additional protection against cyber security attacks

swisscom

swisscom.ch/ir-webcasting

