

REPORTING

Berichten

Gestalten

Publizieren

*Wie Agenturen,
Hersteller und Unter-
nehmen gemeinsam
erfolgreich berichten*

Ihr persönliches Exemplar



Fordern Sie noch heute Ihr persönliches „Y-KOMPENDIUM REPORTING“ an.

Tel. (0 72 43) 73-959 bis -964
kompendium.de@papyrus.com

Impressum

Herausgeber

Papyrus Deutschland GmbH & Co. KG
Gehrstraße 7–11
76275 Ettlingen
info.de@papyrus.com
Tel.: (0 72 43) 73-0

Projektleitung

Silvia Wiener,
Papyrus Deutschland

Konzept u. Beratung

Professorin Gisela Grosse

Art-Direktion u. Umsetzung

Anna-Lena Rauch,
www.annarauchdesign.com

Schutzgebühr

€ 35

Inspirieren, motivieren, Trends abbilden. Das Y-KOMPENDIUM REPORTING bietet Entscheidern **ORIENTIERUNG** beim Erstellen von Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichten. Es eröffnet neue Perspektiven und liefert wertvolle Informationen. Die komplexen Themen des Reportings beleuchtet das umfassende Werk aus unterschiedlichen Blickwinkeln. Neben dem Inhalt liegt das besondere Augenmerk auf Design und Herstellung von Berichten. Sachlich, vielseitig und anwendungsorientiert liefert das Y-KOMPENDIUM REPORTING Mehrwert für Berichtsmacher und solche, die es werden wollen. Inhalt, Gestaltung und Produktion haben einen hohen qualitativen Anspruch. Unternehmen, namhafte Kommunikations- und Reporting-Agenturen sowie Partner für die Herstellung von Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichten geben Ein- und Ausblicke. Eine Studiensammlung liefert weiterführende Informationen.

48 auf **174**
Seiten
BEITRÄGE

8 Unternehmen,
aus unterschiedlichen
Bereichen und Indizes

REPORTING-**21** DAVON **2** Nachhaltig-
AGENTUREN keitsagenturen
zum Thema CSR-RUG

Druckereien & 15
HERSTELLUNGSPARTNER

8 Studien,
die Argumente und
Orientierung bieten

01. BERICHTEN

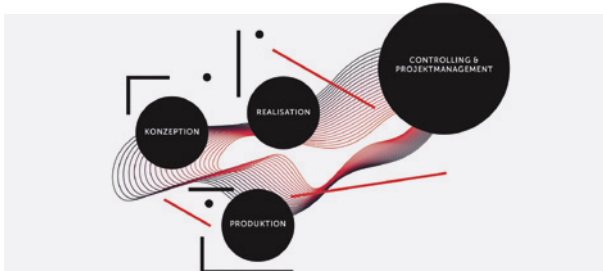


Gerade das erneute Einholen der DSGVO-konformen Einwilligungen hat uns im Mai 2018 zuletzt bewiesen, dass wir auch zukünftig einen gedruckten Bericht anbieten sollten. Denn während unsere E-Mail-Verteiler um durchschnittlich 87 % geschmolzen sind, haben 53 % unserer Geschäftsberichtsinteressenten, überwiegend Privatanleger, ihr Abonnement erneuert.«

Patrick Kiss, Head of Investor & Public Relations,
Deutsche EuroShop AG

Workflow: Gute Organisation ist alles

Mehr als jedes andere Kommunikationsprodukt ist der Geschäftsbericht das Ergebnis eines perfekt getimten Prozessablaufs. Er wird in drei eng miteinander verzahnten Phasen entwickelt und realisiert. Jede dieser Phasen bindet alle Beteiligten möglichst früh mit ein.



Quelle: Scheufele Hesse Eigler Kommunikationsagentur GmbH

Konzeptionsphase

Inhaltliches Konzept › Gestalterisches Konzept › Entwicklung der Designelemente › Präsentation › Navigationselemente für die Online-Version ‹‹ Projektmanagement

Realisationsphase

Texterstellung › Feinlayout › Formale und inhaltliche Korrekturen › Erstellung von Templates für die Online-Version › Fotografie/ Illustration › Satz und Reinzeichnung › Übersetzungen › Lektorat/ Korrektorat › Einbindung von Produktionern › Papierauswahl/ Veredelung ‹‹ Projektmanagement

Produktionsphase

Lithografie › Andruck › Erstellung des Druck-PDF › Druck › Programmierung der Online-Version › Auslieferung › Live-Schaltung der Online-Version ‹‹ Projektmanagement

Damit der überaus komplexe Workflow zu keiner Zeit aus dem Ruder läuft, sind neben einem eingespielten Team tagesaktuelles Controlling und Projektverfolgung in Echtzeit unbedingte Voraussetzung für den Erfolg. Wie die Phasen selbst müssen auch alle prozessbegleitenden Schritte des Projektmanagements schlüssig ineinandergreifen:

- **Erstellung eines detaillierten Timings mit automatischer Anpassung bei Terminänderungen**
- **Regelmäßige, ein- bis zweiwöchentliche Statusberichte zum Projektfortschritt**
- **Auf Zuruf persönlicher Jour fixe und „Schulterblicke“ zur Feinsteuerung**
- **Softwarebasierte Kostenkontrolle und Angebote nach hinterlegter Werteliste**
- **Tägliche, nicht reversible Arbeitszeiterfassung interner und externer Mitarbeiter**

Nur so entsteht ein Qualitätsprodukt, das Analysten, Investoren, Stakeholder und die breite Öffentlichkeit zu überzeugen weiß.

Um Ihr komplexes Projekt Geschäftsbericht optimal zu koordinieren, benötigen Sie eine Agentur, die zu Ihnen passt. Wie Sie diese finden, können Sie auf den **SEITEN 102-105 IM „Y-KOMPENDIUM REPORTING“** nachlesen.

Scheufele Hesse Eigler

CEWE Stiftung – Nachhaltigkeit als Erfolgs- modell S. 18/19 IM „Y-KOMPENDIUM REPORTING“

Die CSR-RUG wurde im Geschäftsbericht für das Jahr 2017 bereits vollintegriert umgesetzt.

CEWE Stiftung

Handel ist Wandel – Reporting auch? S. 24–27

„Wir haben stets auf ein ausgewogenes Verhältnis von Pflicht und Kür geachtet. Daher ist neben dem Pflichtteil im Bericht auch die Kür umfangreicher geworden.“

Patrick Kiss, Head of Investor & Public Relations,
Deutsche EuroShop AG



Auswahl Jahresberichte 2003–2017

Der Leser und das Ringen um seine Aufmerksamkeit S. 32/33

Der integrierte Bericht des Flughafen München Konzerns. Printversion oder Online-Format, PDF, One-Pager oder muss gar eine App-Lösung her? Um auch wirklich alle Stakeholder zielgruppengerecht zu erreichen, stehen derzeit viele Unternehmen vor der Frage, welche Kanäle sie befüllen sollen.

„Neben Inhalt und Lesefreundlichkeit achten wir besonders auf eine hochwertige und umweltfreundliche Druckproduktion.“

Helene Hergt, Teamleitung Publikationen,
Flughafen München GmbH



Mut zur Veränderung beweisen S. 36/37

„TÜV SÜD befindet sich in der größten Umbruchphase seiner Geschichte. Diesen Prozess dokumentiert der Geschäftsbericht.“

**Jörg Riedle, Chefredakteur Publikationen und Teamleiter
Interne Kommunikation, TÜV SÜD AG**



CCI – die besten Geschäfts- berichte S. 38–43

Die Analyse der kommunikativen und gestalterischen Qualität des Corporate Reporting

Ein guter Geschäftsbericht vermittelt die Inhalte authentisch, prägnant und glaubwürdig. Diese Attribute entstehen durch eine visuell getragene und eigenständige Geschichte, die ein guter Geschäftsbericht vom Titel über die Umschlaggestaltung bis zu den Inhaltsseiten erzählt.

Prof. Gisela Grosse, Leitung CCI

Das CCI Münster ist ein Forschungslabor der msd – münster school of Design

Ein wertvolles Kompendium

„Papyrus bietet hier ein wertvolles Kompendium der Reporting-Community in Deutschland mit all ihrer Expertise in Konzeption, Design und Produktion von Unternehmens-Literatur.“

Eine inspirierende und motivierende Übersicht für Unternehmenslenker und IR-Manager, in qualitativ hochwertiger optischer und haptischer Ausführung.

Wir von wagneralliance, der Agentur für Unternehmens-Kommunikation, freuen uns, in der nächsten Ausgabe dabei zu sein.“

Heinz Henri Wagner
www.wagneralliance.de

02.

GESTALTEN



Der Geschäftsbericht dient der Finanzberichterstattung. Er ist jedoch keine statische Disziplin, sondern ein Kommunikationsmedium, das sowohl nach außen als auch nach innen wirkt.

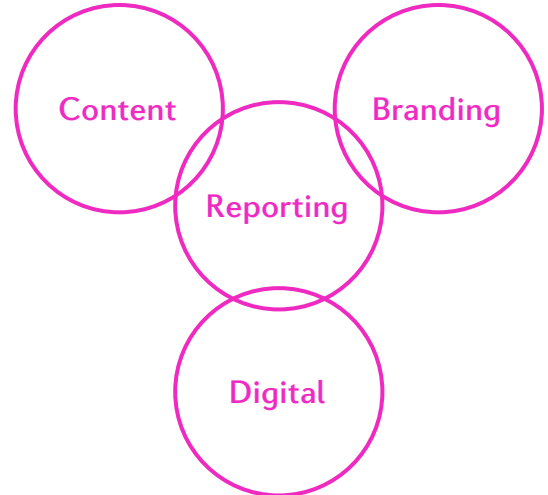
Umso mehr, wenn die Mitarbeiter eines Unternehmens als Themenbotschafter eingesetzt werden. Dies kann die Reichweite eines Berichts enorm steigern.«

Jürgen Jehle, Kammann Rossi GmbH

Aus Kopfkino wird Virtual Reality S. 46 IM „Y-KOMPENDIUM REPORTING“

Unsere Idee von crossmedialem Reporting ist ein ineinandergreifendes Prinzip

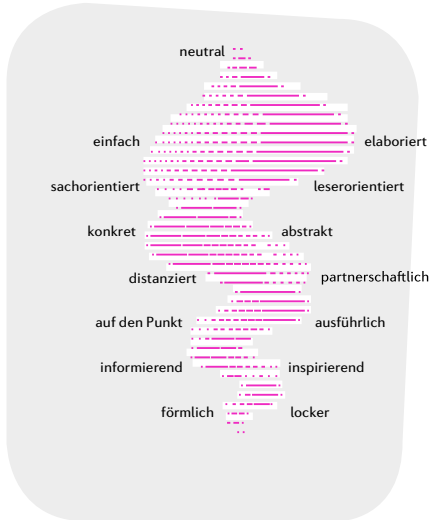
3st kommunikation GmbH



Bilder gefallen, Sprache überzeugt S. 50-53

Was die Sprache für unseren beruflichen Alltag so wertvoll macht, ist, dass sie uns dabei unterstützt, Ziele zu erreichen. Kommunikation ist immer intentional. Das ist geteiltes Erfahrungswissen.

Corporate Language – der Weg zu „One Voice“
Dr. Matthias Bextermöller, Berichtsmanufaktur GmbH



Der journalistische Blick S. 54-57

Wie es gelingt, komplexe Finanzkommunikation mittels Storytelling inhaltlich aufzuladen. Um die Zielgruppe besser zu erreichen, den Lesemoment zu verlängern und in Erinnerung zu bleiben.

„Das redaktionelle Storytelling erleichtert den Zugang zum Unternehmen und zur Materie.“

BISSINGER[+] GmbH

Ein Gespür fürs Erlebnis S. 62-65

Was Geschäftsberichte kommunizieren, ist die eine Seite, wie sie es tun, die andere. Erst die Kombination beider Komponenten ermöglicht das Erlebnis. Und das, indem Content, Gestaltung und Verarbeitung einander ergänzen und eng verzahnt gemeinsam wirken.

Heureka GmbH

Über die Begeisterung, etwas Bewegendes zu schaffen S. 70-73

„Beim Geschäftsbericht ist mir die schnelle Vermittlung der entscheidenden Zahlen wichtig.“ Das war Georg. „Ich will wissen, wie die Zahlen mit den Nachhaltigkeitsthemen des Unternehmens zusammenhängen.“ Das war Marie.

hw.design gmbh

(K)eine Glaubensfrage? *s. 74-77*

Aktuell erschüttern neue Skandale und Enthüllungen fast täglich die Reputation von Unternehmen oder sogar ganzer Branchen. Umfragen zeigen: Das Vertrauen der Öffentlichkeit in die Wirtschaft ist zuletzt kontinuierlich gesunken. Gerade vor diesem Hintergrund kann der Geschäftsbericht, vor allem als Content-Hub, eine Schlüsselrolle bei der Vermittlung der eigenen Glaubwürdigkeit einnehmen.

IR-ONE AG & Co. KG

Der rote Faden im Geschäftsbericht – wie die Equity Story Inhalt & Design verbindet *s. 86-89*

Roter Faden auf allen Kanälen: Die Equity Story findet sich dabei nicht alleine im Geschäftsbericht wieder, sondern durchzieht alle Medien und Instrumente der Kapitalmarktkommunikation.

Götz Schlegtendal, Kirchoff Consult AG

Porsche Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht *s. 90-93*

Print trifft Digital: Geschäftsbericht – neu gedacht

MEIRÉ UND MEIRÉ

Courage in the face of disruption *s. 114-117*

Gustavo Möller-Hergt, CEO der ALSO Holding AG, und Beate Flamm, Mitglied der Geschäftsleitung von Strichpunkt und seit vielen Jahren verantwortlich für Konzeption und Realisierung von Geschäftsberichten, machen sich Gedanken über die Auswirkungen der digitalen Transformation auf das Reporting.

Strichpunkt

Transparenz 3.0 *s. 122-125*

„Transparenz ist ein wirkungsvoller Treiber für verantwortungsbewusstes Wirtschaften. Es ist absurd, dass sich ein Nachhaltigkeitsbericht bis heute so viel mehr legitimieren muss als ein reiner Geschäftsbericht.“

Sabine Braun, akzente kommunikation und beratung GmbH

03.

PUBLIZIEREN



Ein gut gemachter Bericht löst »Begreifen« durch Berührung aus. Zahlen und Fakten werden durch taktiles und visuelles Lernen unterstützt. Dafür sollte man gute Herstellungspartner zur Hand haben.«

Silvia Wiener, Papyrus Deutschland

Ode ans Fingerspitzengefühl S. 134/135

123 Bänder, 48 Nerven, 34 Muskeln, 30 Arterien und 29 Knochen stecken in einer Hand. Plus/minus. Am Ende unseres Lebens haben wir 25 Millionen Mal unsere Finger gebeugt und gestreckt. Beeindruckt? Zu Recht. Hände sind eben Universalinstrumente im Orchester des Alltags.

Andreas May, 3st kommunikation GmbH

Das Y-KOMPENDIUM REPORTING stellt mit dem Untertitel „Berichten, Gestalten, Publizieren“ die vielfältigen Aspekte des heutigen Reportings aus der Perspektive von Experten der Unternehmenskommunikation dar. Es vereint Beiträge von Unternehmen und Agenturen sowie von Herstellern von Geschäftsberichten und stellt diese visuell reichhaltig unterstützt dar. Die heutige Publikationslandschaft mändert zwischen Print und Online, wobei die Entwicklung im Online-Bereich rasant Fahrt aufnimmt, hier gewinnen Themen wie mobile first, Social Media und Virtual Reality zunehmend an Bedeutung. Unabhängig von der medialen Umsetzung bleibt das Thema konsistenter und glaubwürdiger Kommunikation die große Herausforderung für Reporting-Verantwortliche, hinzu kommen neue gesetzliche Regelungen, die wesentliche Aspekte der Wertschöpfung der Konzerne hinsichtlich ihrer sozialen und ökologischen Verantwortung vorgeben. Die aufwendig gestaltete und hervorragend umgesetzte Publikation versteht sich als Anregung für Reporting-Verantwortliche. Aktuelle Studien sowie ein Beitrag über die Forschungsaktivitäten des CCI (Corporate Communication Institute) rund um das Thema Reporting vervollständigen die 360°-Betrachtung des Reportings unter kommunikativen und gestalterischen Aspekten.

Prof. Gisela Grosse, Leitung CCI

Wir freuen uns, Ihnen die vielen Vorteile unseres e-Shops zu präsentieren. Registrieren Sie sich gleich heute.
Papierereinkauf bei Papyrus – noch schneller, noch einfacher!

www.papyrus.com/de



Für aktuellste Informationen und Verkaufsaaktionen rund um Papier ganz einfach unter www.papyrus-deutschland.de/newsletter anmelden.

PAPYRUS 

Papyrus Deutschland GmbH & Co. KG

Gehrstraße 7–11

76275 Ettlingen

Tel.: +49 7243 73-959 bis -964

info.de@papyrus.com

e-Shop: www.papyrus.com/de

www.wir-leben-papier.de