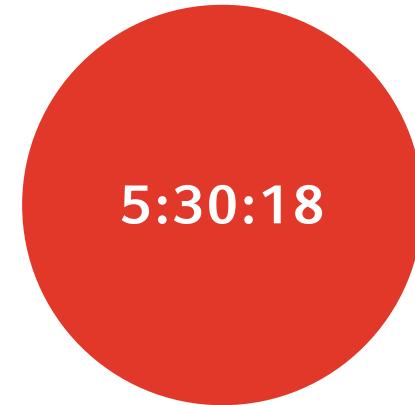


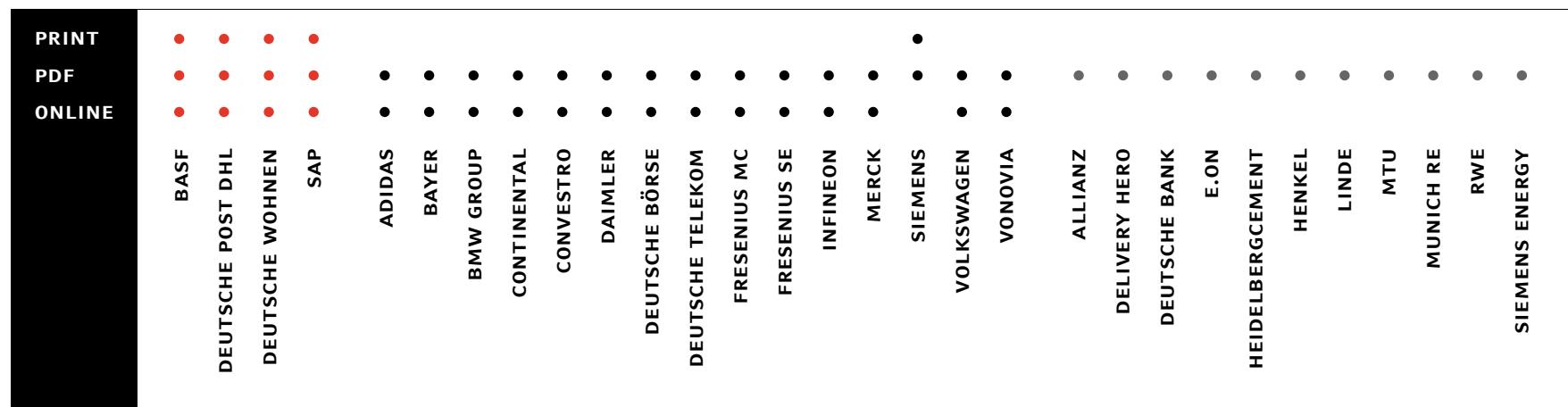
DIE VISUELLE BILANZ 2021

DIE BEWERTUNG DES CORPORATE REPORTINGS DURCH DAS CCI

Die Analyse des Dax 30 unter Aspekten der kommunikativen und gestalterischen Qualität zeigt, dass die ESG-Kriterien sowie die veränderte Mediennutzung das Crossmediale Storytelling befördern. Das hat zum einen mit der steigenden Komplexität der Berichterstattung zu tun, zum anderen mit der Vielzahl von kritischen Anspruchsgruppen, für die der spezifische Zugang zu Reporting-Inhalten erleichtert werden muss. In der diesjährigen cci-Analyse der Geschäftsberichte des DAX 30 aus dem Jahr 2020 wurden 5 Printberichte, 30 PDFs und 18 Online Berichte bewertet.



5:30:18

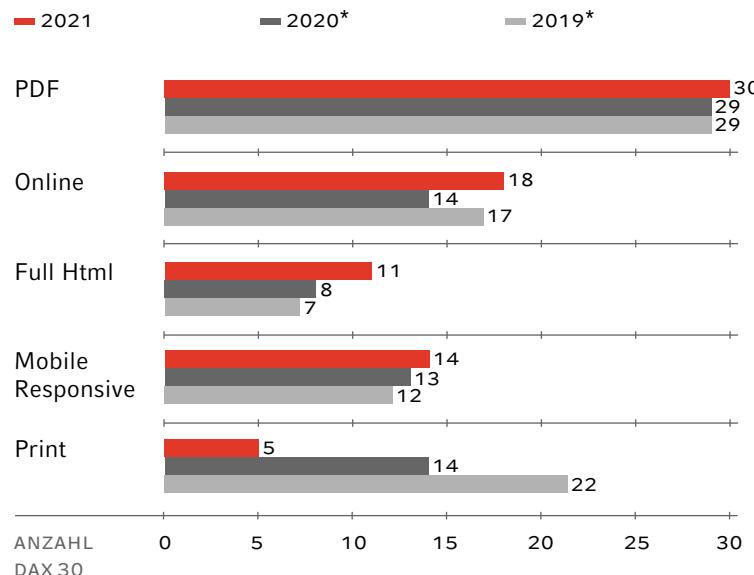


CCI FACTS & FIGURES

DIE VISUELLE BILANZ 2021

Überblick Bewertungsergebnisse 2021

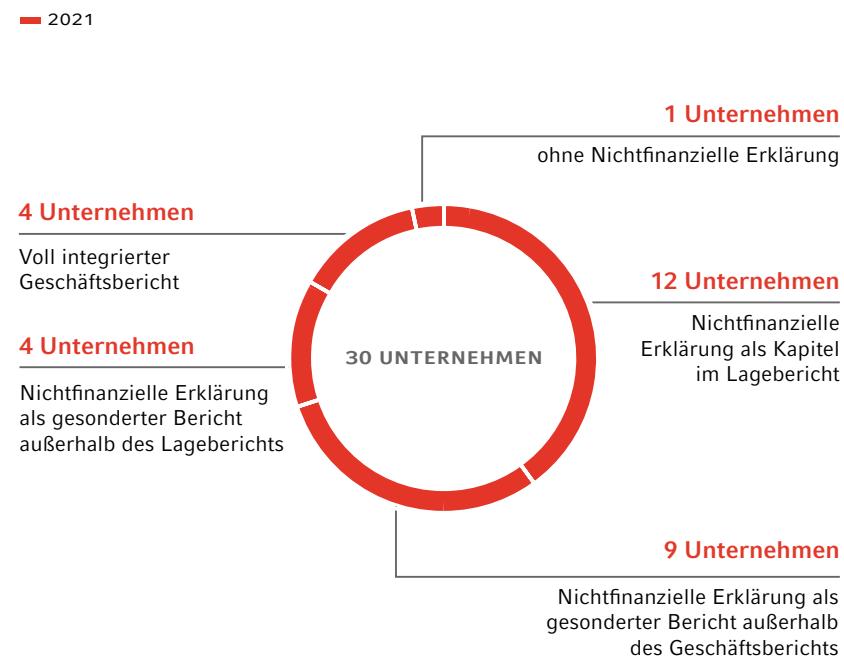
Formate der Berichterstattung



Während sich das Geschäftsberichts PDF als Veröffentlichungsformat etabliert hat, wurden im Dax 30 nur noch fünf Printberichte veröffentlicht. Das ist gegenüber den letzten Jahren ein kontinuierlicher und dramatischer Rückgang. Die Zahl der Online Berichte steigt, wobei hier das Online Format häufiger als »digitaler Schuber« eingesetzt wird.

* Wirecard stellte 2020, genau wie Linde 2019, leider keinen Geschäftsbericht zur Verfügung, weshalb nur 29 Berichte bewertet wurden.

Umgang mit der CSR-Richtlinie



CCI FACTS & FIGURES

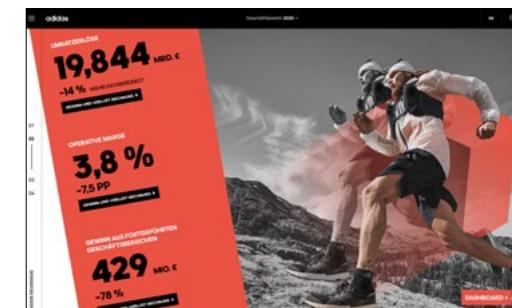
DIE VISUELLE BILANZ 2021

Die Besten im Corporate Reporting

Gesamtbewertung und Einzelbewertung nach Medium

Jeweils Rang 1–5

	Gesamt	PDF	Online	Print
1.	BMW Group	BMW Group	BMW Group	Deutsche Post DHL
2.	ADIDAS	Deutsche Post DHL	ADIDAS	Deutsche Wohnen
3.	Deutsche Post DHL	Fresenius MC	Deutsche Wohnen	BASF
4.	Deutsche Wohnen	Deutsche Wohnen	Covestro	
5.	BASF	Vonovia	BASF	



CCI FACTS & FIGURES

DIE VISUELLE BILANZ 2021

Gesamtbewertung des Corporate Reportings 2021

Durchschnitt aus PDF, Online, Print

DAX 30 Ergebnisse in alphabetischer Reihenfolge

Unternehmen	
HERAUSRAGEND 100 – 80 %	
ÜBER STANDARD < 80 – 60 %	
BMW Group	Allianz
	Bayer
	Deutsche Bank
ADIDAS	E.ON
BASF	Heidelberg Cement
Covestro	Linde
Deutsche Post DHL	Merck
Deutsche Wohnen	MTU
Vonovia	RWE
	SAP
	Siemens
Continental	Siemens Energy
Daimler	
Delivery Hero	WEIT UNTER STANDARD < 20 %
Deutsche Börse	Munich Re
Deutsche Telekom	
Fresenius MC	
Fresenius SE	
Henkel	
Infineon	
Volkswagen	

Die durchschnittlichen Ergebnisse Gesamt und pro Medium

	Gesamt	PDF	Online	Print
2021	47,4 %	45,4 %	61,3 %	54,4 %
2020	47,8 %	44,8 %	62,4 %	50,6 %

Spitzenwerte DAX 30 im Jahresvergleich

	Gesamt	PDF	Online	Print
2021	85,7 %	79,9 %	91,4 %	68,7 %
2020	75,8 %	75,9 %	80,6 %	71,8 %
2019	74,7 %	71,9 %	89,0 %	82,5 %
2018	77,6 %	–	79,2 %	84,1 %
2017	80,4 %	–	78,5 %	85,4 %

CCI FACTS & FIGURES

DIE VISUELLE BILANZ 2021

Bewertung des Corporate Reportings nach Medium

DAX 30 Ergebnisse in alphabetischer Reihenfolge

PDF 2021 DAX 30

Unternehmen	
HERAUSRAGEND 100 – 80 %	UNTER STANDARD < 40 – 20 %
–	Allianz
ÜBER STANDARD < 80 – 60 %	Deutsche Bank
ADIDAS	Deutsche Börse
BASF	Deutsche Telekom
BMW Group	E.ON
Deutsche Post DHL	Heidelberg Cement
Deutsche Wohnen	Linde
Fresenius MC	Merck
Vonovia	MTU
STANDARD < 60 – 40 %	RWE
Bayer	Siemens
Continental	Siemens Energy
Covestro	WEIT UNTER STANDARD < 20 %
Daimler	Munich Re
Delivery Hero	
Fresenius SE	
Henkel	
Infineon	
SAP	
Volkswagen	

Online 2021 DAX 30

Unternehmen
HERAUSRAGEND 100 – 80 %
ADIDAS
BMW Group
ÜBER STANDARD < 80 – 60 %
BASF
Covestro
Deutsche Post DHL
Deutsche Wohnen
Fresenius MC
Volkswagen
Vonovia
STANDARD < 60 – 40 %
Continental
Daimler
Deutsche Börse
Deutsche Telekom
Fresenius SE
Merck
SAP
UNTER STANDARD < 40 – 20 %
Bayer
Infineon
WEIT UNTER STANDARD < 20 %
–

Print 2021 DAX 30

Unternehmen
HERAUSRAGEND 100 – 80 %
–
ÜBER STANDARD < 80 – 60 %
BASF
Deutsche Post DHL
Deutsche Wohnen
STANDARD < 60 – 40 %
–
UNTER STANDARD < 40 – 20 %
SAP
Siemens
WEIT UNTER STANDARD < 20 %
–

CCI INFO**ERLÄUTERUNG DER ANALYSEKRITERIEN**

Erläuterung der Analysekategorien des CCI

Die Analyse der kommunikativen und gestalterischen Qualität des Reportings umfasst sieben Hauptkategorien, die sich in rund sechzig Einzelkriterien ausdifferenzieren. Die wesentlichen Kriterien werden im Folgenden erläutert.

DAS BEWERTUNGSSYSTEM DES CCI

CCI-HAUPTKATEGORIEN		MAXIMAL ZU ERREICHENDE PUNKTE			GEWICHTUNG
		PDF	ONLINE	PRINT	
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%

ANGEMESSENHEIT

Distribution – Erster visueller Eindruck – Corporate Identity

Unter anderem wird hier analysiert, ob Nutzer*innen 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.

CCI INFO

ERLÄUTERUNG DER ANALYSEKRITERIEN**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 und wie die Interessen der Anspruchsgruppen sowie ökologische und gesellschaftliche Leistungsindikatoren visualisiert werden.

SEITENAUFBAU/FARBEFunktionale Qualität – Emotionale Qualität

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

TYPOGRAFIEMakrotypografie – 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 INFO

ERLÄUTERUNG DER ANALYSEKRITERIEN**BILDSPRACHE (FOTOGRAFIE/ILLUSTRATION/BEWEGTBILD)****Funktionale Qualität – Emotionale Qualität**

Neben der technischen und gestalterischen 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 der Kapitalien sowie Aussagen zu Chancen, Risiken und Prognosen visualisiert sind und ob Informationsgrafiken prägnant und wahrnehmungsfreundlich zur Informationsvermittlung beitragen.

MEDIENSPEZIFISCHE AUFBEREITUNG**Online (HTML / PDF)**

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

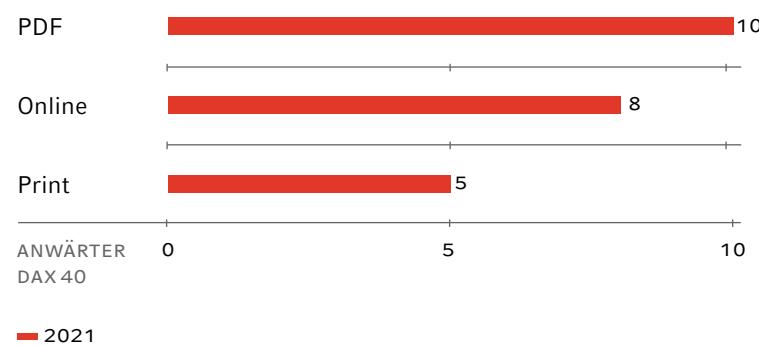
Print

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

CCI AUSBLICK

Ausblick Newcomer für den Dax 40

Formate der Berichterstattung



Zum Stichtag 15. April 2021 waren zehn Unternehmen als Anwärter für den Dax 40 in der Diskussion. Das cci hat diese Unternehmen einer ersten Analyse hinsichtlich der kommunikativen und gestalterischen Qualität des Reportings unterzogen und kam zu folgenden Ergebnissen:

Spitzenwerte der Anwärter

	Gesamt	Print	PDF	Online
2021	81,6 %	90,1 %	73,9 %	80,7 %

Durchschnitt aus PDF, Online, Print

Anwärter DAX 40 Ergebnisse in alphabetischer Reihenfolge

Unternehmen	
HERAUSRAGEND 100 – 80 %	UNTER STANDARD < 40 – 20 %
Symrise	–
ÜBER STANDARD < 80 – 60 %	WEIT UNTER STANDARD < 20 %
Brenntag	Hello Fresh
LEG Immobilien	
STANDARD < 60 – 40 %	
Airbus	
Hannover RE	
Qiagen	
Sartorius	
Siemens Healthineers	
Zalando	

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 26_2021 | 16. Jahrgang | ISSN: 2625-9680

Herausgeber

cci
Prof. Gisela Grosse
MSD – Münster School of Design,
FH Münster
Leonardo-Campus 6
D-48149 Münster
www.cci-muenster.de
cci@cci-muenster.de

Redaktion

Prof. Gisela Grosse (verantw.)

Layout
Catherine Pree

Bildquellen
cci

Font
Linotype Compatil