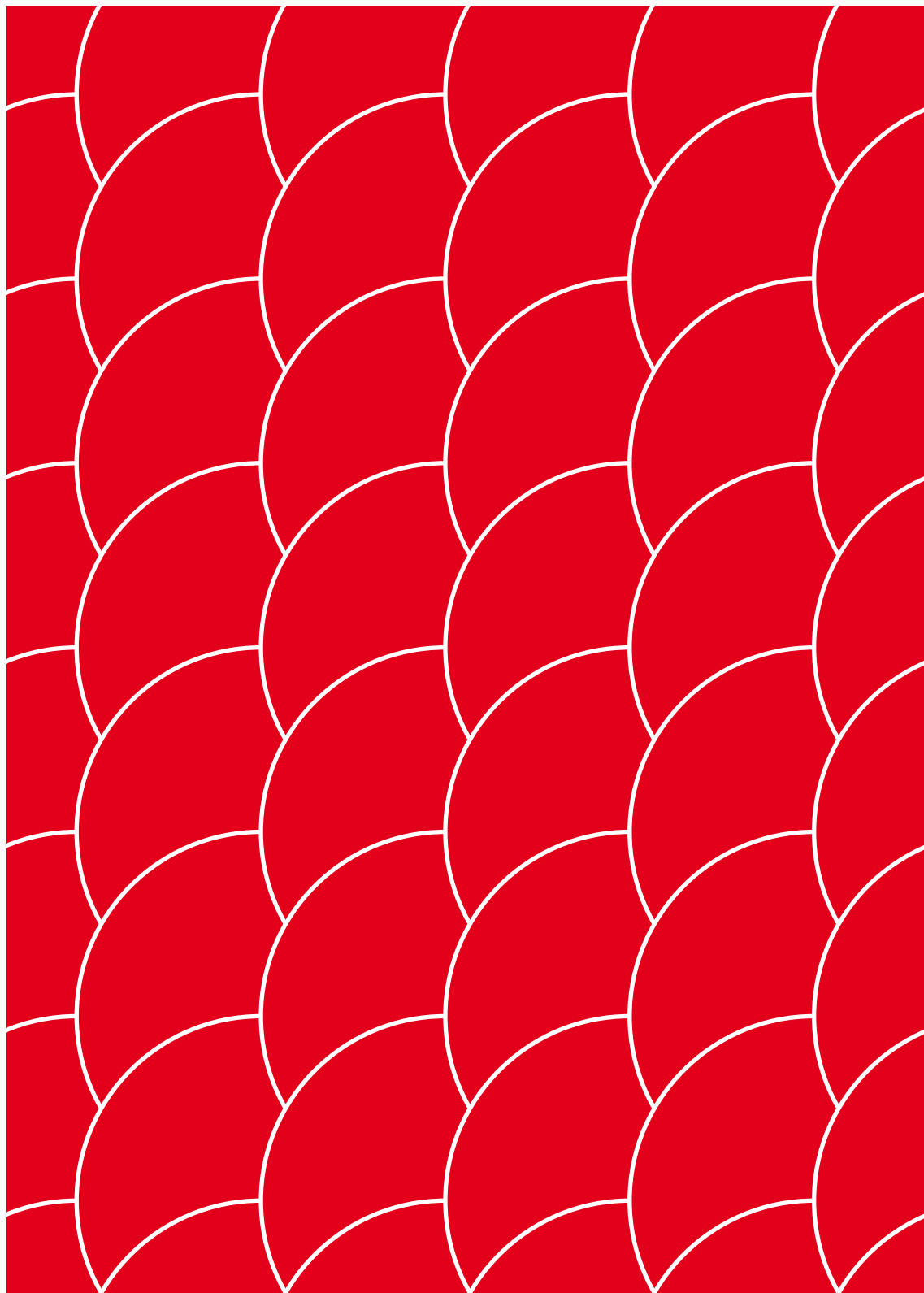
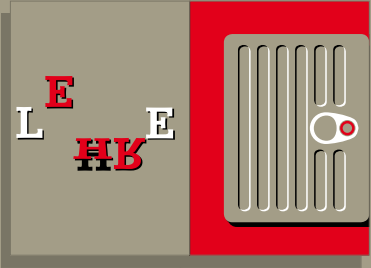
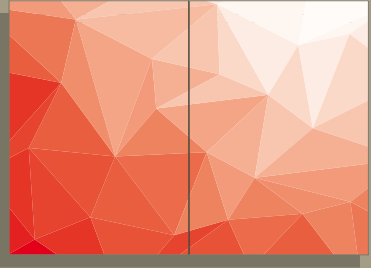
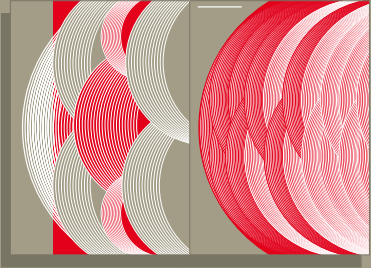
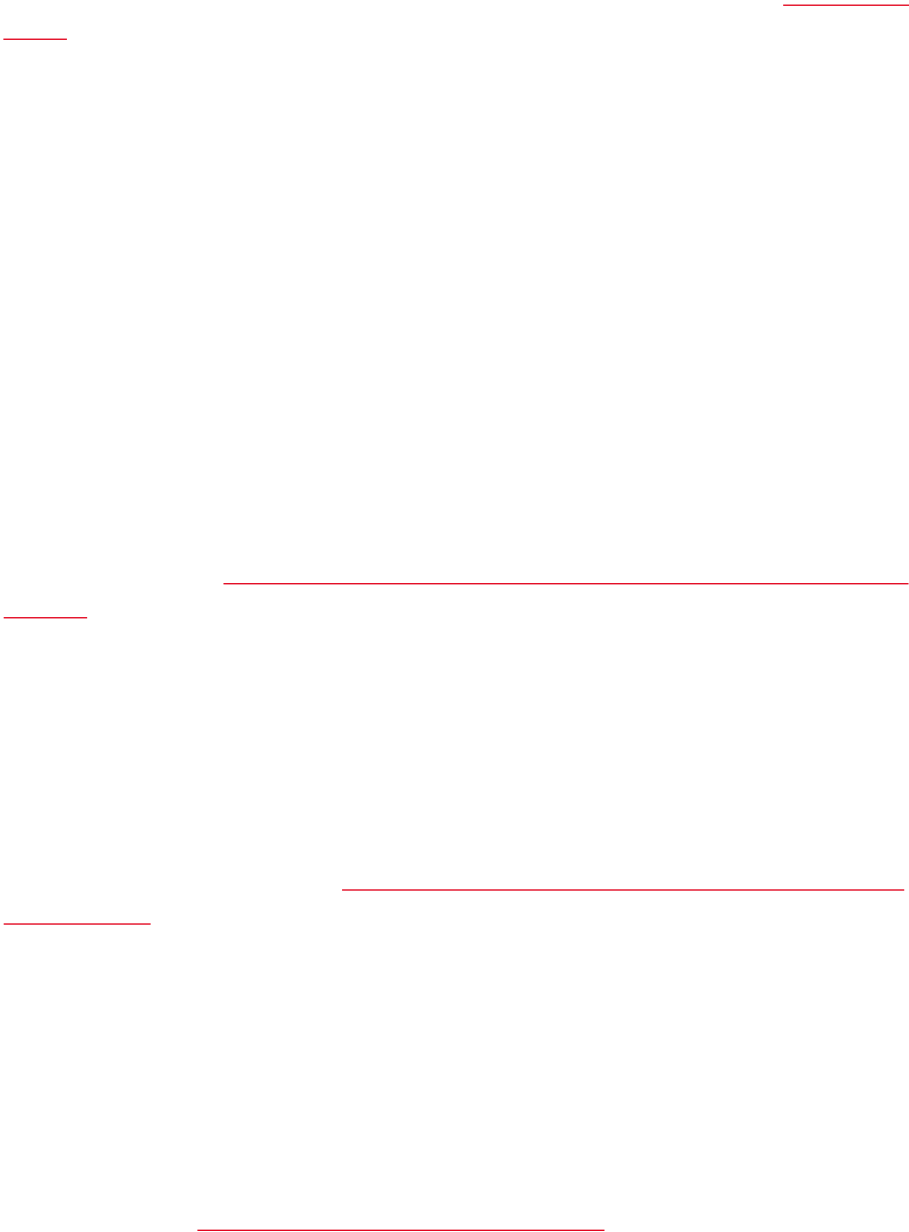


20 CCI NEWS

des Corporate Communication Institute | Jubiläumsausgabe Nr. 20
10. Jahrgang | November 2015 | www.cci.fh-muenster.de







8 CCI _____
aus dem Wettbewerb ›Corporate
Reporting‹ 2015

16 CCI _____
›Herstellung & Verarbeitung
der Geschäftsberichte 2015‹
Annikó Onnen

20 CCI _____
›Perspektivwechsel – zum
Thema Integrated Reporting
Prof. Gisela Grosse,
Prof. Dr. Tatjana Oberdörster

CCI _____
›Das Ganze sehen‹
Rückschau auf das zehnte
Heidelberger Forum
Geschäftsberichte von
Lisette Nichtweiss

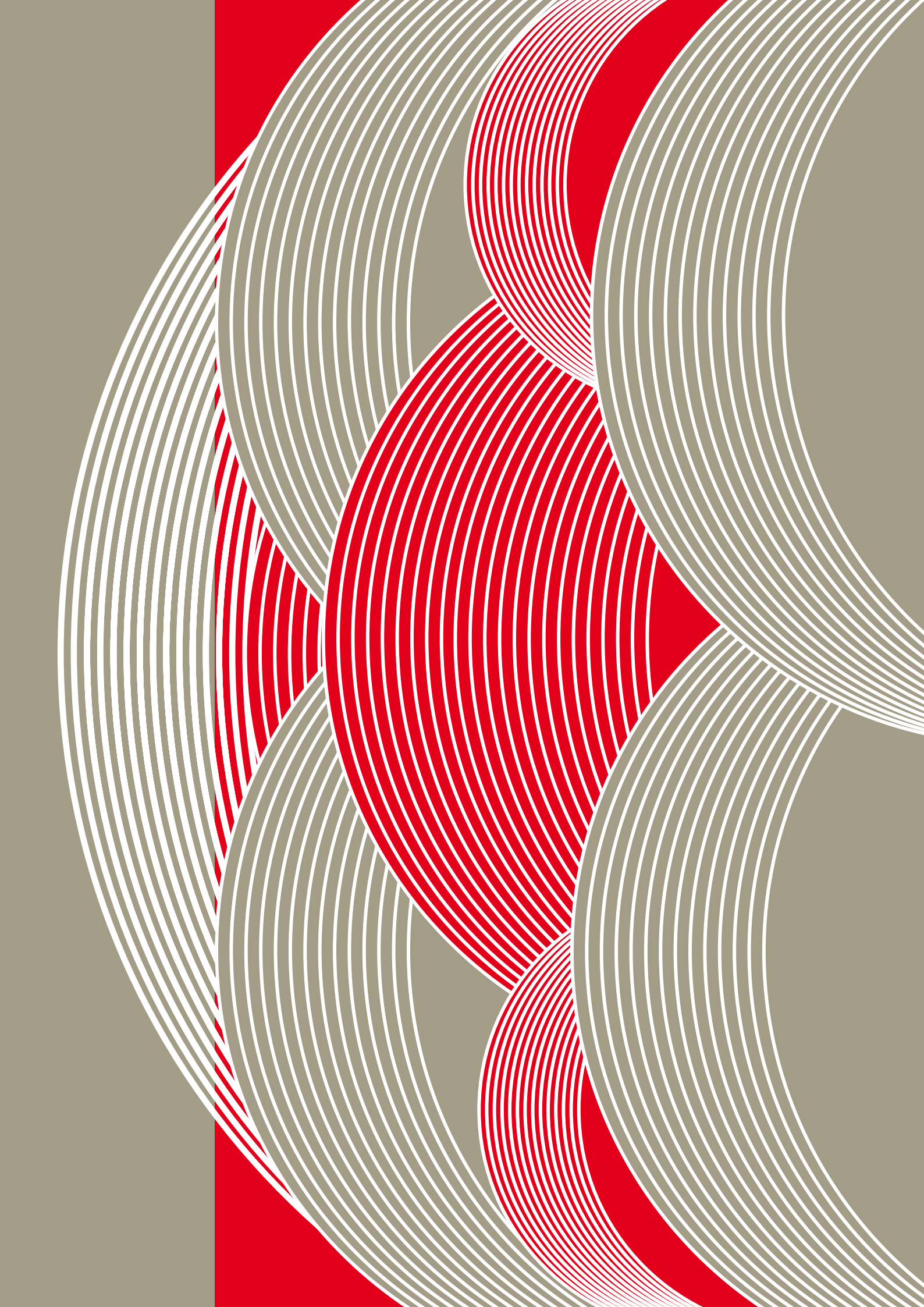
46 CCI _____
Der illustrierte Geschäfts-
bericht: Beispiele aus dem
Seminar ›Unternehmenskom-
munikation‹ – Gestaltung von
Geschäftsberichten

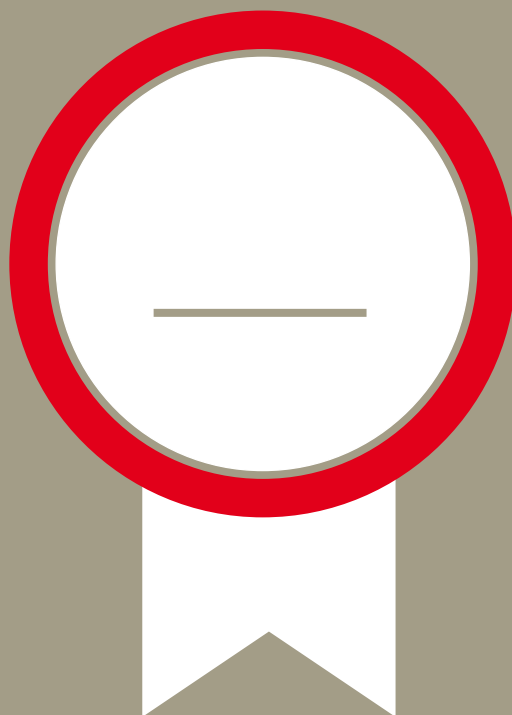
47 CCI _____
›Alles Corporate. Oder was?‹
Vorabdruck aus der Mitte
erscheinenden Buchpubli-
kation › _____ ‹

CCI _____
›Bewegtbilder verstehen‹
›Methodik, Analyse, Fakten‹
Dr. Lars C. Grabbe

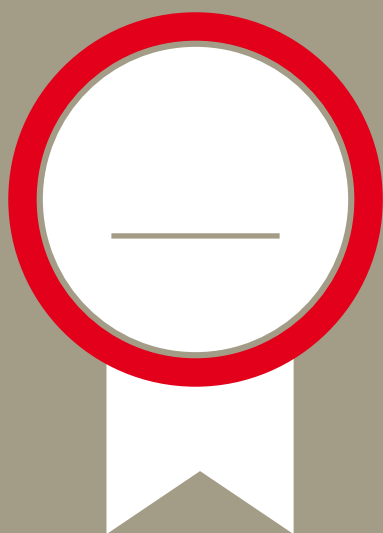
55 CCI _____
Wissenschaftlicher Beirat,
Mitarbeiter und Sponsoren

59 CCI _____
Alle bisherigen Ausgaben
der News

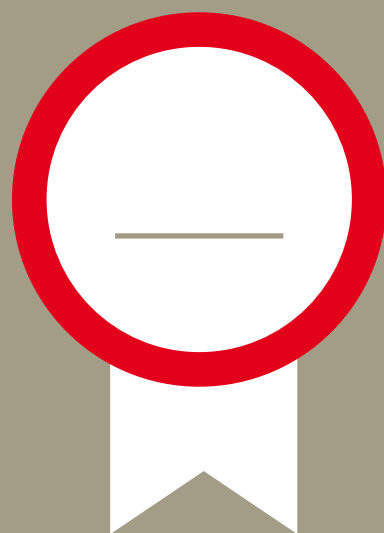




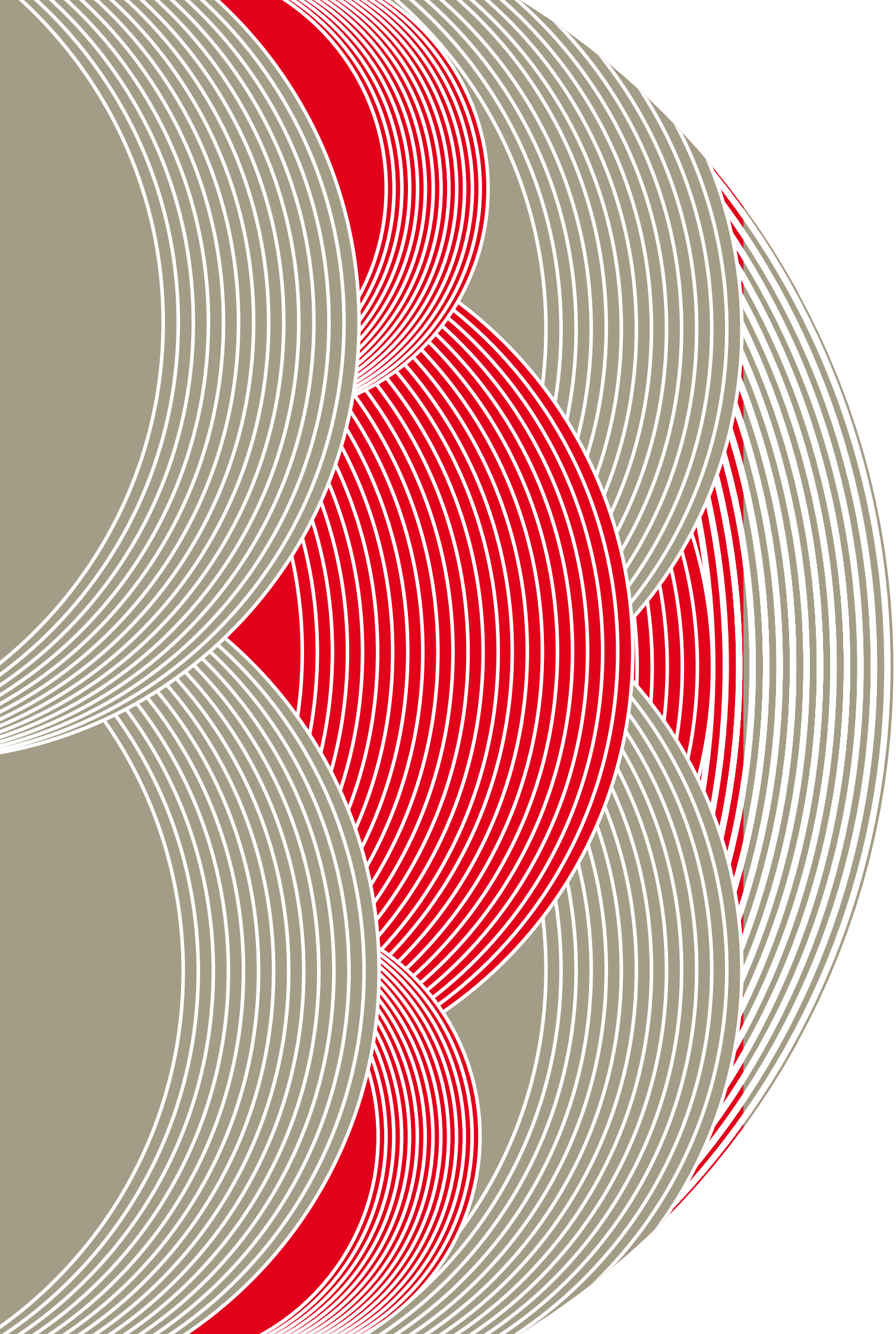
**Nr. 1 im Corporate Reporting
(Print+Online) ist die BASF SE**



**Nr. 1 im Print ist die
Siemens AG**



**Nr. 1 im Online ist die
BASF SE**





	77,40
Merck	75,74
Siemens	75,46





BEST PRACTICE INTEGRATED REPORTING

Siemens (1)	85,42
Volkswagen (4)	81,93
Adidas (8)	80,70
Fresenius Medical Care (3)	80,07
Bayer (1)	79,43
Deutsche Post DHL (6)	79,41
Merck (12)	76,73
BMW Group (4)	76,14
BASF (14)	74,07
Linde (6)	73,88
Deutsche Telekom (10)	68,61
Allianz (11)	68,38
Daimler (13)	65,70
K+S (9)	65,69
Commerzbank (17)	65,67
Deutsche Börse (15)	65,65
Deutsche Lufthansa (20)	64,71
Deutsche Bank (18)	62,51
Henkel (16)	61,96
Continental (21)	59,41
Infineon (25)	57,49
Lanxess (24)	52,61
HeidelbergCement (19)	52,29
Munich RE (23)	51,49
SAP (27)	48,91
Fresenius (28)	40,10
RWE (22)	39,81
Beiersdorf (26)	37,28
E.ON (29)	35,32

(1) =Vorjahresplatzierung

BASF											
BMW Group											
Deutsche Post DHL											
Fresenius Medical Care											
K+S											
Siemens											
Volkswagen											

Volkswagen	95	8,6
BMW Group	92	8,3
Adidas	90	8,1
Deutsche Post DHL	86	7,7
Deutsche Telekom	84	7,6
K+S	81	7,3
Fresenius Medical Care	80	7,2
Linde	75	6,8
Siemens	74	6,7
Deutsche Lufthansa	73	6,6

(Datenbasis: erreichter Prozentwert)

(1) =Vorjahresplatzierung

	K+S (13)	Siemens (5)	Allianz (29)	Bayer (7), Siemens (4)	Siemens (1)
	Deutsche Post DHL (4)	K+S (1)	Volkswagen (6)		Volkswagen (4)
	Fresenius Medical Care (1)	Fresenius Medical Care (3)	Deutsche Post DHL (5)	Fresenius Medical Care (10)	Adidas (8)
	BMW Group (6)	BMW Group (4)	Siemens (1)	Volkswagen (2)	Fresenius Medical Care (3)
	Siemens (7)	Deutsche Post DHL (2)	K+S (2)	BMW Group (6)	Bayer (1)
	Bayer (8)	Volkswagen (7)	BMW Group (4)	Deutsche Post (3)	Deutsche Post DHL (6)
	Volkswagen (5)	Adidas (11)	Bayer (9)	Linde (9)	Merck (12)
	Linde (2)	Linde (8)	Adidas (7)	Adidas (8)	BMW Group (4)
	BASF (10)	Bayer (6)	Linde (8)	K+S (5)	BASF (14)
	Beiersdorf (22)	BASF (9)	Fresenius Medical Care (3)	Deutsche Telekom (12)	Linde (6)

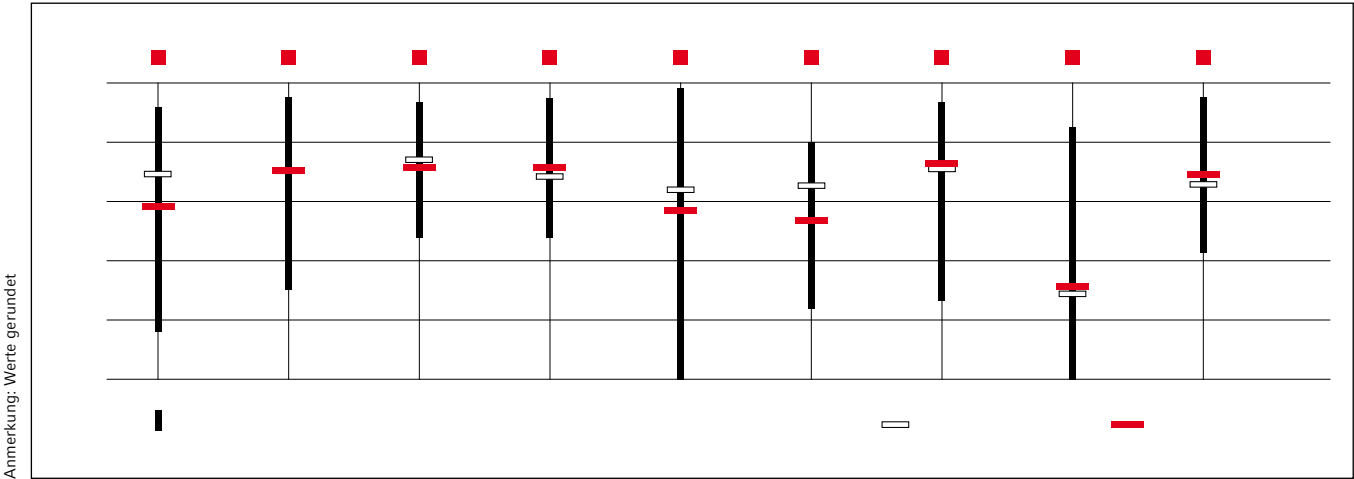
2011	70,37
2012	68,47
2013	66,60
2014	67,08
2015	63,84

Herausragend	13,8
Über Standard	51,7
Standard	24,1
Unter Standard	10,4

2011	86,01
2012	86,41
2013	84,06
2014	85,60
2015	85,42

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

DURCHSCHNITTSWERTE UND BEWERTUNGSSPEKTRUM IM DAX 30



A. ANGEMESSENHEIT	Erster visueller Eindruck, visuelle Leselogistik	14 %
	Corporate Identity	
	Repräsentation	
B. GESAMTEINDRUCK	Titel, weiter- und abführende Umschlaggestaltung	16 %
	Eigenständigkeit	
	Übersichtlichkeit, Gliederung Darstellung des Managements	
C. LAYOUT	Funktionale Qualität	13 %
	Emotionale Qualität	
D. TYPOGRAFIE	Makrotypografie	13 %
	Mikrotypografie	
	Übersichtlichkeit der Tabellen	
E. BILDSPRACHE	Generelle Qualität der Bildsprache	12 %
	Aussagekraft, Unternehmensbezogenheit	
	Eigenständigkeit, Durchgängigkeit	
F. INFORMATIONSGRAFIK	Generelle Qualität der Informationsgrafiken	12 %
	Aussagekraft, Unternehmensbezogenheit	
G. FARBEN	Funktionale Qualität	9 %
	Aussagekraft, Unternehmensbezogenheit	
	Emotionale Qualität	
H. SONSTIGES	Außergewöhnliches/Herausragendes	2 %
I. HERSTELLUNG/ VERARBEITUNG	Papier/Materialqualität	9 %
	Buchbinderische Verarbeitung	
	Reprografiequalität	
	Druckqualität	
	Besonderes	

(1) =Vorjahresplatzierung

BASF (3)	80,75
Daimler (1)	76,00
Merck (15)	74,75
Deutsche Post DHL (8)	70,50
Siemens (2)	65,50
Volkswagen (5)	65,50
Bayer (9)	65,25
Linde (7)	62,00
BMW Group (10)	59,75
Deutsche Bank (12)	57,25
SAP (4)	56,50
Deutsche Börse (16)	47,25
Henkel (6)	45,00
Continental (19)	39,75
Deutsche Telekom (14)	38,50
Beiersdorf (20)	34,25
Infineon (-)	6,75
Adidas (-)	6,50

Herausragend	22,2
Über Standard	22,2
Standard	27,8
Unter Standard	16,7
Weit unter Standard	11,1

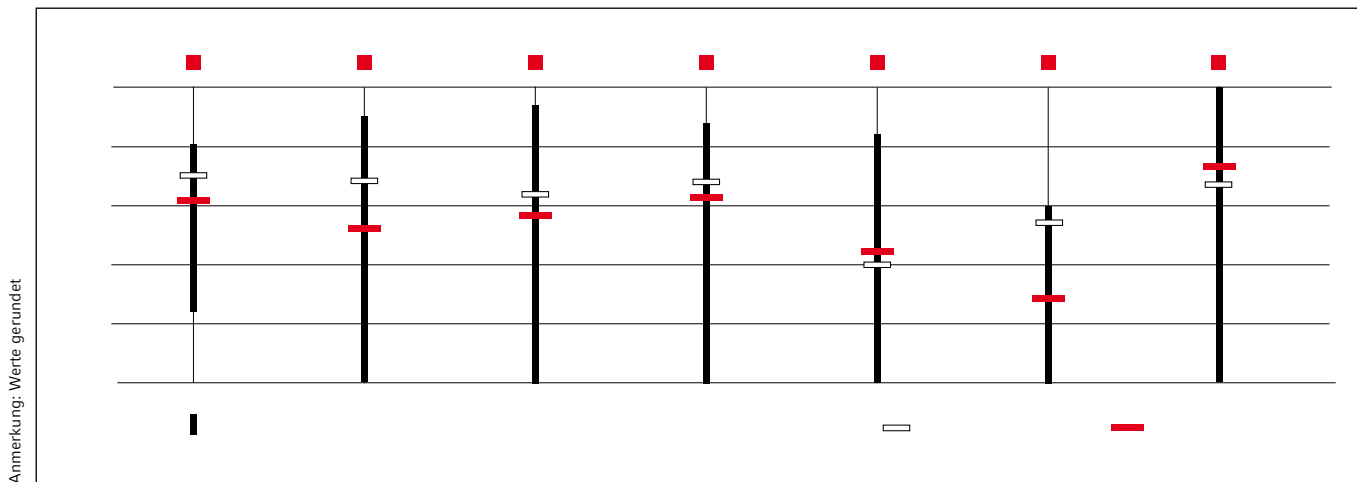
2014	61,38
2015	52,88

2014	86,75
2015	80,75

BASF								
Bayer								
Deutsche Post DHL								
Linde								
Merck								

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

DURCHSCHNITTSWERTE UND BEWERTUNGSSPEKTRUM IM DAX 30



A. ANGEMESSENHEIT	Erster visueller Eindruck, visuelle Leselogistik	14 %
	Corporate Identity	
	Repräsentation	
B. GESAMTEINDRUCK	Titel, weiter- und abführende Umschlaggestaltung	16 %
	Eigenständigkeit	
	Übersichtlichkeit, Gliederung	
C. LAYOUT	Darstellung des Managements	13 %
	Funktionale Qualität	
	Emotionale Qualität	
D. TYPOGRAFIE	Makrotypografie	13 %
	Mikrotypografie	
	Übersichtlichkeit der Tabellen	
E. BILDSPRACHE	Generelle Qualität der Bildsprache	12 %
	Aussagekraft, Unternehmensbezogenheit	
	Eigenständigkeit, Durchgängigkeit	
F. INFORMATIONSGRAFIK	Generelle Qualität der Informationsgrafiken	12 %
	Aussagekraft, Unternehmensbezogenheit	
	Funktionale Qualität	
G. FARBEN	Aussagekraft, Unternehmensbezogenheit	9 %
	Emotionale Qualität	
	Funktionale Qualität	
H. SONSTIGES	Außergewöhnliches/Herausragendes	2 %
I. HERSTELLUNG/ VERARBEITUNG	Papier/Materialqualität	9 %
	Buchbinderische Verarbeitung	
	Reprografiequalität	
	Druckqualität	
	Besonderes	

DIE PRODUKTIONSTECHNISCHE BEURTEILUNG DER GESCHÄFTSBERICHTE BESCHRÄNKTE SICH IN DIESEM JAHR AUF DIE DAX 30-UNTERNEHMEN, WOBEI THYSSENKRUPP WIEDERHOLT AUF EINE PRINTAUSGABE VERZICHTETE. AN DEN PARAMETERN DER BEURTEILUNG WURDEN KEINE VERÄNDERUNGEN VORGENOMMEN.

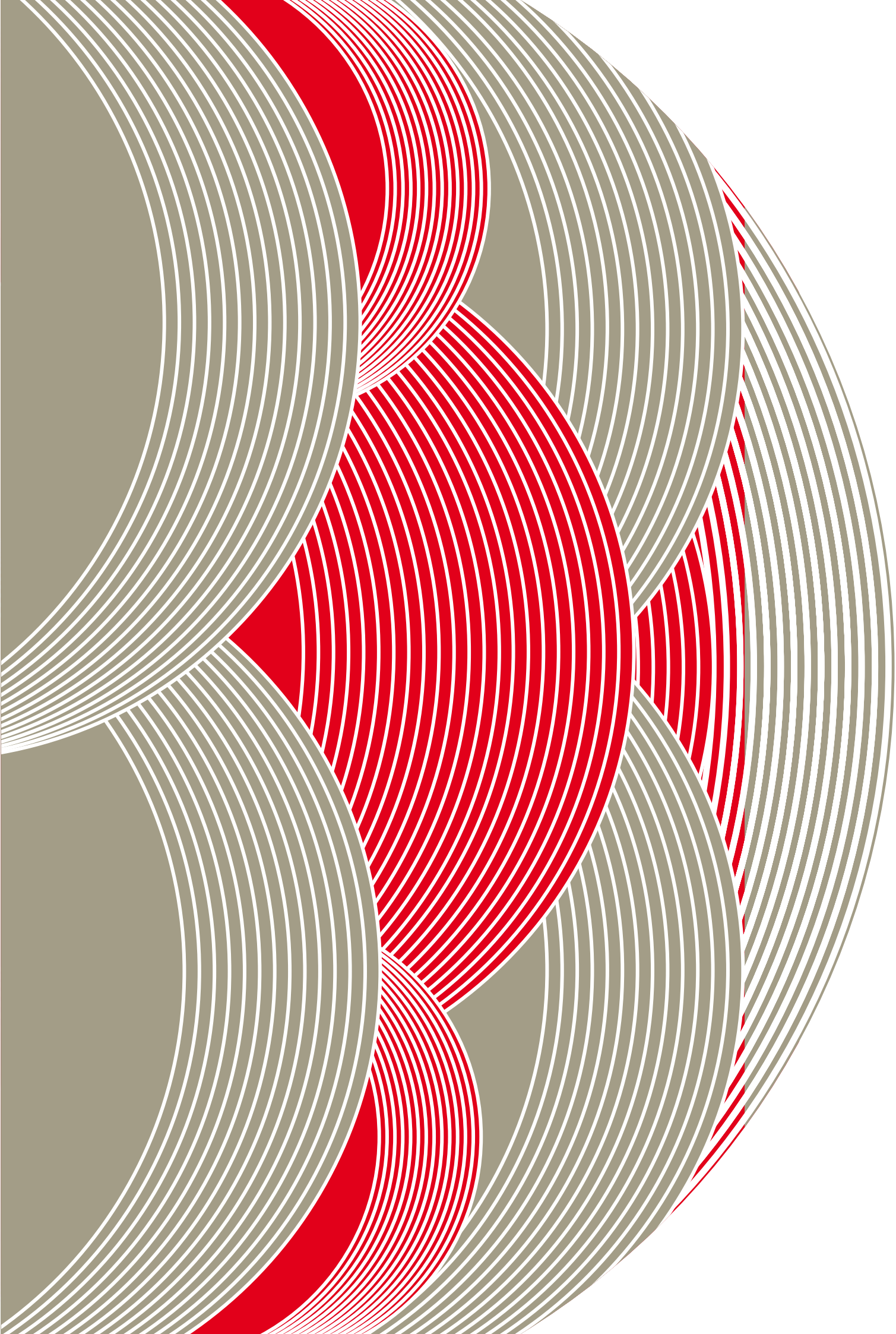


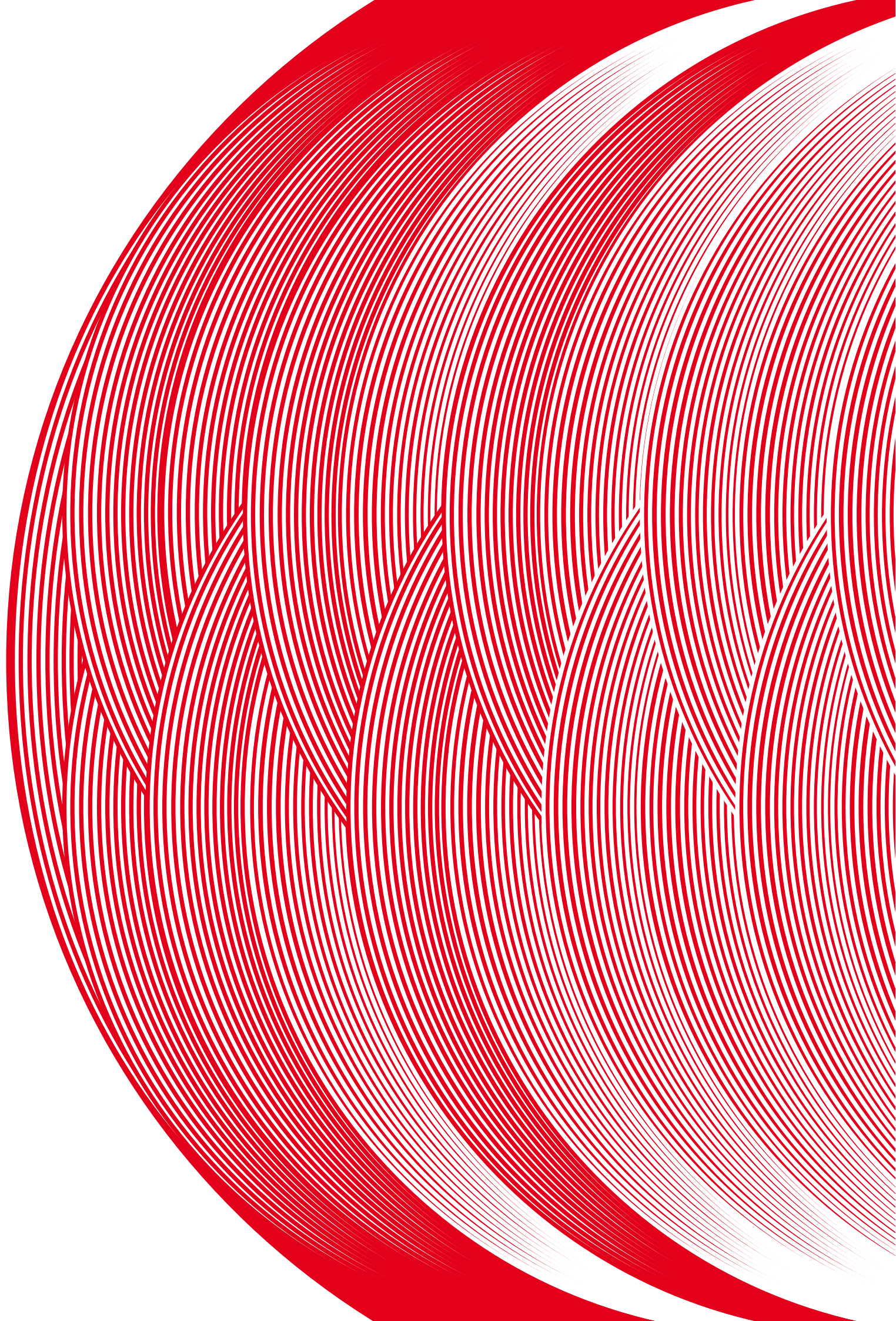
Gratulation zu diesem gelungenen Geschäftsbericht!

Der Geschäftsbericht der Volkswagen stach nicht nur in der Bewertung des Designs hervor, sondern auch unter dem Aspekt der Herstellung und Verarbeitung.









INTEGRATED REPORTING PROPAGIERT DIE IDEE EINER IM WAHRSTEN
SINNE DES WORTES ZUSAMMENHÄNGENDEN UND EFFIZIENTEN
UNTERNEHMENSBERICHTERSTATTUNG.

|||||

»OUTLOOK«/PROGNOSEN

Bayer AG Konzernbilanz				
Bilanzierung Ende 2012				
Zustimmung	Einlagen	Einlagezahlung	Einlagezahlung	Einlagezahlung
Einlagezahlung				
Erhöhung der Einlagezahlung um 10%, Einlagezahl 2012: 2.24 Mrd. €	2012	2.24 Mrd. €	2012	Erhöhung der Einlagezahlung um 10%, Einlagezahl 2012: 2.24 Mrd. €
Reduktion der Einlagezahlung um 10%, Einlagezahl 2012: 2.24 Mrd. €	2012	2.24 Mrd. €	2012	Reduktion der Einlagezahlung um 10%, Einlagezahl 2012: 2.24 Mrd. €
Erhöhung einer Einlagezahlung um 10%, Einlagezahl 2012: 2.24 Mrd. €	2012	2.24 Mrd. €	2012	Erhöhung einer Einlagezahlung um 10%, Einlagezahl 2012: 2.24 Mrd. €
Reduktion einer Einlagezahlung um 10%, Einlagezahl 2012: 2.24 Mrd. €	2012	2.24 Mrd. €	2012	Reduktion einer Einlagezahlung um 10%, Einlagezahl 2012: 2.24 Mrd. €
Einlagezahlung				
Erhöhung der Einlagezahlung um 10%, Einlagezahl 2012: 2.24 Mrd. €	2012	2.24 Mrd. €	2012	Erhöhung der Einlagezahlung um 10%, Einlagezahl 2012: 2.24 Mrd. €
Reduktion der Einlagezahlung um 10%, Einlagezahl 2012: 2.24 Mrd. €	2012	2.24 Mrd. €	2012	Reduktion der Einlagezahlung um 10%, Einlagezahl 2012: 2.24 Mrd. €
Erhöhung einer Einlagezahlung um 10%, Einlagezahl 2012: 2.24 Mrd. €	2012	2.24 Mrd. €	2012	Erhöhung einer Einlagezahlung um 10%, Einlagezahl 2012: 2.24 Mrd. €
Reduktion einer Einlagezahlung um 10%, Einlagezahl 2012: 2.24 Mrd. €	2012	2.24 Mrd. €	2012	Reduktion einer Einlagezahlung um 10%, Einlagezahl 2012: 2.24 Mrd. €
Einlagezahlung				
Erhöhung der Einlagezahlung um 10%, Einlagezahl 2012: 2.24 Mrd. €	2012	2.24 Mrd. €	2012	Erhöhung der Einlagezahlung um 10%, Einlagezahl 2012: 2.24 Mrd. €
Reduktion der Einlagezahlung um 10%, Einlagezahl 2012: 2.24 Mrd. €	2012	2.24 Mrd. €	2012	Reduktion der Einlagezahlung um 10%, Einlagezahl 2012: 2.24 Mrd. €
Erhöhung einer Einlagezahlung um 10%, Einlagezahl 2012: 2.24 Mrd. €	2012	2.24 Mrd. €	2012	Erhöhung einer Einlagezahlung um 10%, Einlagezahl 2012: 2.24 Mrd. €
Reduktion einer Einlagezahlung um 10%, Einlagezahl 2012: 2.24 Mrd. €	2012	2.24 Mrd. €	2012	Reduktion einer Einlagezahlung um 10%, Einlagezahl 2012: 2.24 Mrd. €

LUKE WELCHER

Bayer will sich in Zukunft ausschließlich auf die Life-Science-Geschäfte HealthCare und CropScience fokussieren und MaterialScience als eigenständiges Unternehmen an die Börse bringen. So entsteht ein global führendes Life-Science-Unternehmen mit umfassender Erfahrung in Wissenschaft und Innovation und der Fähigkeit, diese Expertise für die Verbesserung der Gesundheit von Menschen, Tieren und Pflanzen einzusetzen.

Abb. 1 Bayer, Abb. 2 Bayer

RISIKEN UND CHANCEN

g und Durch-
alyse und
atz geeigneter
chung und

werk gemein-
kreis Risiko-
ontrollings-
ung werden
berichtet.
risiken sind
e Ertrags-
Risikohöhen
schkeit und
teilt.

ird durch die
n fortlaufen-
ntnehmen
Risikomanage-
nach eine
über hinaus
angemaßnah-
der BMW
mentnetzwerk

Klasse	Ergebnisauswirkung
Gering	> 0 – 500 Mio. €
Mittel	> 500 – 2.000 Mio. €
Hoch	> 2.000 Mio. €

Die Festlegung der Bedeutung der Risiken für die BMW Group erfolgt auf Basis der Risikohöhe. In die Berechnung der Risikohöhe fließen sowohl die Auswirkungen – nach Berücksichtigung geeigneter Maßnahmen – als auch die jeweilige Eintrittswahrscheinlichkeit ein. Für Risiken, die durch Value-at-Risk-/Cashflow-at-Risk-Modelle bewertet wurden, wird die Risikohöhe näherungsweise bestimmt. Dabei gelten folgende Beurteilungsmaßstäbe:

Klasse	Risikohöhe
Gering	> 0 – 50 Mio. €
Mittel	> 50 – 400 Mio. €
Hoch	> 400 Mio. €

Risiken und Chancen	Risikohöhe	Veränderung zum Vorjahr
Politische und weltwirtschaftliche Risiken und Chancen	Hoch	Konstant
Strategische und branchenspezifische Risiken und Chancen	Mittel	Ehrt
Risiken und Chancen aus betrieblichen Aufgabenbereichen		
— Produktion und Technologie	Mittel	Konstant
— Einkauf	Hoch	Konstant
— Vertrieb	Hoch	Konstant
— Pensionsverpflichtungen	Hoch	Konstant
— Informationen, Datenschutz und IT	Mittel	Konstant
Finanzrisiken und -chancen		
— Währungs	Hoch	Konstant
— Rohstoffe	Hoch	Konstant
— Liquidität	Gering	Konstant
Risiken und Chancen aus Finanzdienstleistungen		
— Kreditausfall	Hoch	Konstant
— Redewert	Hoch	Konstant
— Zinsänderungen	Mittel	Konstant
— Liquiditäts/Operationelle Risiken	Mittel	Konstant
Rechtliche Risiken	Gering	Konstant

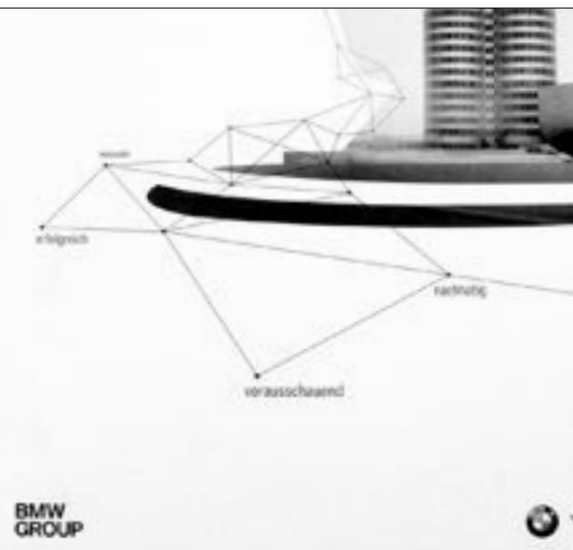


Abb. 3 / Abb. 3_1 BMW, Abb. 4. BMW

STRATEGIE UND RESSOURCENALLOKATION:

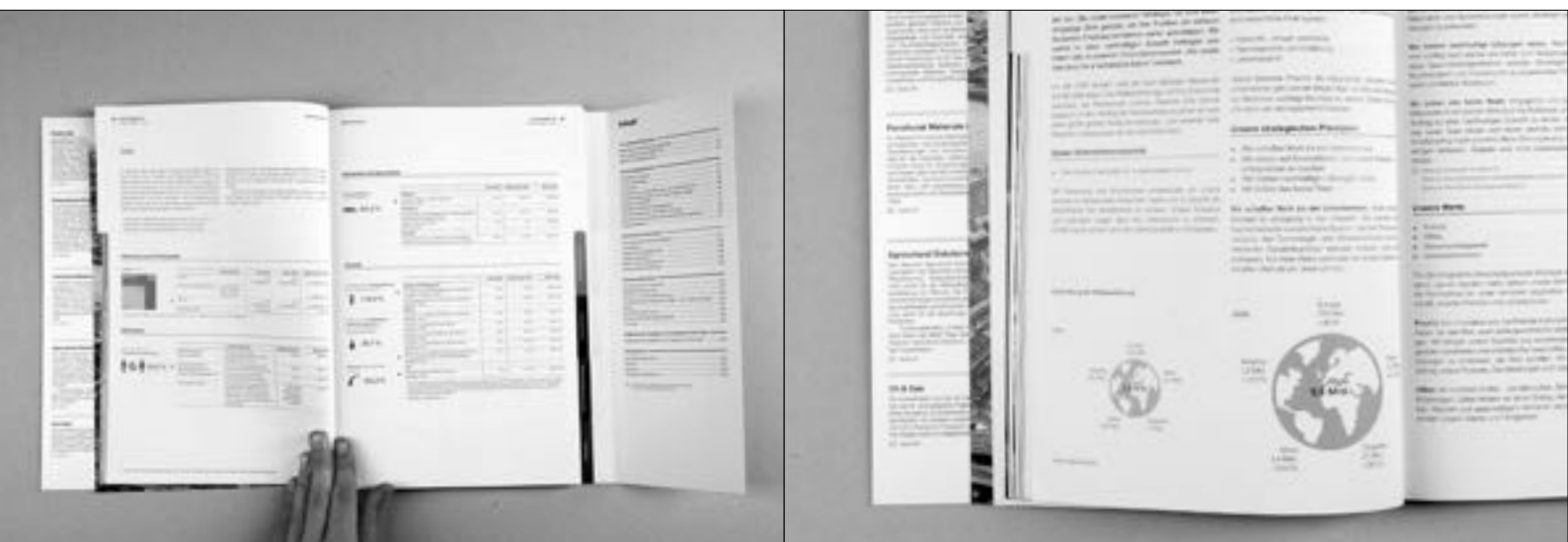


Abb. 5 / Abb. 5_1 BASF, Abb. 6 / Abb. 7 BASF





ERKENNTNISSE

WEITERBILDUNG

TAGUNG

The background is a complex geometric pattern composed of numerous triangles in various shades of orange and red. The triangles vary in size and orientation, creating a dynamic, low-poly aesthetic. The colors range from light, almost white, to deep, saturated reds.

WISSEN

VERNETZEN

DAS

ZEHNTE
HEIDELBERGER FORUM
GESCHÄFTSBERICHTE

GANZE

SEHEN

CCI

DAS ZEHNTE HEIDELBERGER FORUM GESCHÄFTSBERICHTE
EIN BEITRAG VON LISETTE NICHTWEISS

HEIDELBERGER FORUM GESCHÄFTSBERICHTE FEIERT SEIN ZEHNJÄHRIGES
BESTEHEN – MIT NEUEN HERAUSFORDERUNGEN UND ZIELEN ...

PROF. GISELA GROSSE

Schon der erste Arbeitstag zu Gast im hellen Hochhaus der Print Media Academy der Heidelberger Druckmaschinen AG brachte eine Überraschung: Der vielbeschäftigte Finanzvorstand und stellvertretende Vorstandsvorsitzende Dirk Kaliebe kam nicht nur selbst vorbei, um die Teilnehmer des zehnten Heidelberger Forums zu begrüßen, sondern erläuterte in einem Spontan-Beitrag die Situation des einmal angeschlagenen Welt-Unternehmens. Kaliebe hatte mit eisernem Besen das Unternehmen gereinigt, verschlankt, modernisiert und es zu schwarzen Zahlen getragen. Ein Beispiel des Gelingens – in großzügiger Offenheit vorgetragen.





PROFESSORIN GISELA GROSSE BEGRÜSSTE DIE TEILNEHMER UND BEDANKTE SICH FÜR DAS NEUERLICHE INTERESSE AN DEN ERGEBNISSEN DER ANALYSETÄTIGKEIT DES INSTITUTS.

PROF. GISELA GROSSE

_____ **WIE** _____

BEI DEN NEUEN BEWERTUNGSKRITERIEN
DES CCI GEHT ES DARUM:

-

CCI

ES IST IHR THEMA: DR. TATJANA OBERDÖRSTER IST PROFESSORIN FÜR
RECHNUNGSWESEN AN DER WESTFÄLISCHEN HOCHSCHULE.

DIE

PROF. DR. TATJANA OBERDÖRSTER



PROF. DR. TATJANA OBERDÖRSTER



Prof. Dr. Tatjana Oberdörster war zunächst in einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft tätig, bevor sie im Forschungsteam Prof. Baetge die Organisationsleitung des Wettbewerbs ›Der beste Geschäftsbericht‹ übernahm. Sie war Mitbegründerin der Beratungsfirma Baetge Analyse, bei der sie bis Anfang 2015 als geschäftsführende Gesellschafterin tätig war.



DR. MATTHIAS SCHMIDT



»INTEGRATED REPORTING – STATUS QUO«

Die Digitalisierung führte zu einer so großen Masse an komplexen Datenbeständen (Big Data), dass Informationsvisualisierungen eine fundamentale Rolle als Erkenntniswerkzeuge und Entscheidungshilfe bekamen. Die Anforderungen des Internets, diese enormen Datenbestände zunehmend transparent und auch Benutzern außerhalb der Fachkreise zugänglich zu machen, forderten weitere Entwicklungsschritte an das Design und dessen Benutzbarkeit. Ein entscheidender Schritt stellt hier die Methode der Interaktion dar, die – im Vergleich zu »klassischen« Druckerzeugnissen – vollkommen neue Darstellungsformen ermöglicht.

mehr

bessere



Dr. Matthias Schmidt ist Fachreferent für Rechnungslegung und Prüfung beim Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland IDW. Außerdem Country Representative des »IIRC« im deutschsprachigen Raum und Mitglied des Technical Teams. Vertreter des IDW im »Accounting For Sustainability Accounting Bodies Network« und im Integrated Reporting Network der International Federation of Accountants. Und Technical Advisor der ESG Reporting Task Force und der ESG Assurance Task Force der »Fédération des Experts-comptables Européens«. Ferner Mitglied der UNCTAD ISAR Group, welche Rechenschaftslegungs- und Prüfungsvorschriften dahingehend hinterfragt, wie diese zur Erreichung der Sustainable Development Goals SDGs beitragen können und der Assurance Group des World Business Council for Sustainable Development.

INTERAKTIVE INFORMATIONSGRAFIKEN SIND
SCHNELLER ALS WORTE – UND BESSER?



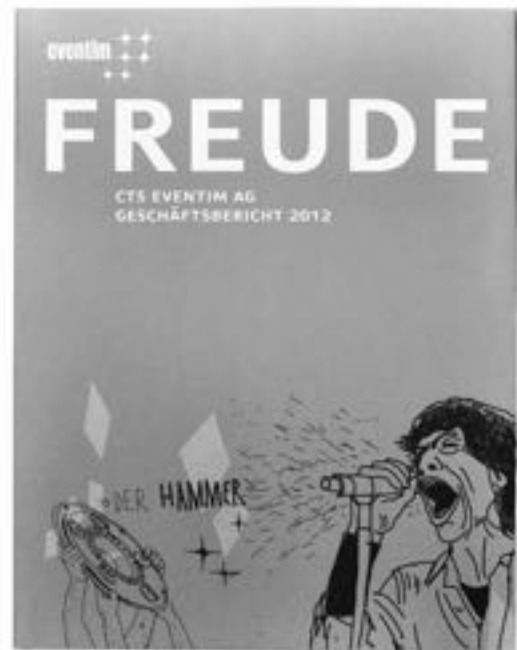
CCI

DAS ZEHNTE HEIDELBERGER FORUM GESCHÄFTSBERICHTE





PROF. GISELA GROSSE



Zu den Aktivitäten des Center for Corporate Reporting ccr gehören unter anderem ein jährliches Symposium, themenspezifische Events, die Fachzeitschrift »The Reporting Times«, und die erste Geschäftsberichte-Bibliothek der Schweiz mit weit mehr als 2000 Geschäftsberichten (print, web und app) und exklusiven Services für Firmenmitglieder.



Lisette Nichtweiss ist freie Journalistin, u. a. für »Forschung Frankfurt« und das Garten-Magazin der Insel Mainau sowie das cci der Fachhochschule Münster. Zuvor war sie Pressesprecherin und Leiterin des Amtes für Presse und Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Darmstadt, in dieser Funktion Herausgeberin aller Publikationen der Stadt Darmstadt. Ihren Werdegang kennzeichnen Stationen wie Redaktionsassistentin CvD bei der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, das Landgericht Darmstadt sowie die Kulturredaktion des Magazins »Pupille« der Stadt Würzburg.

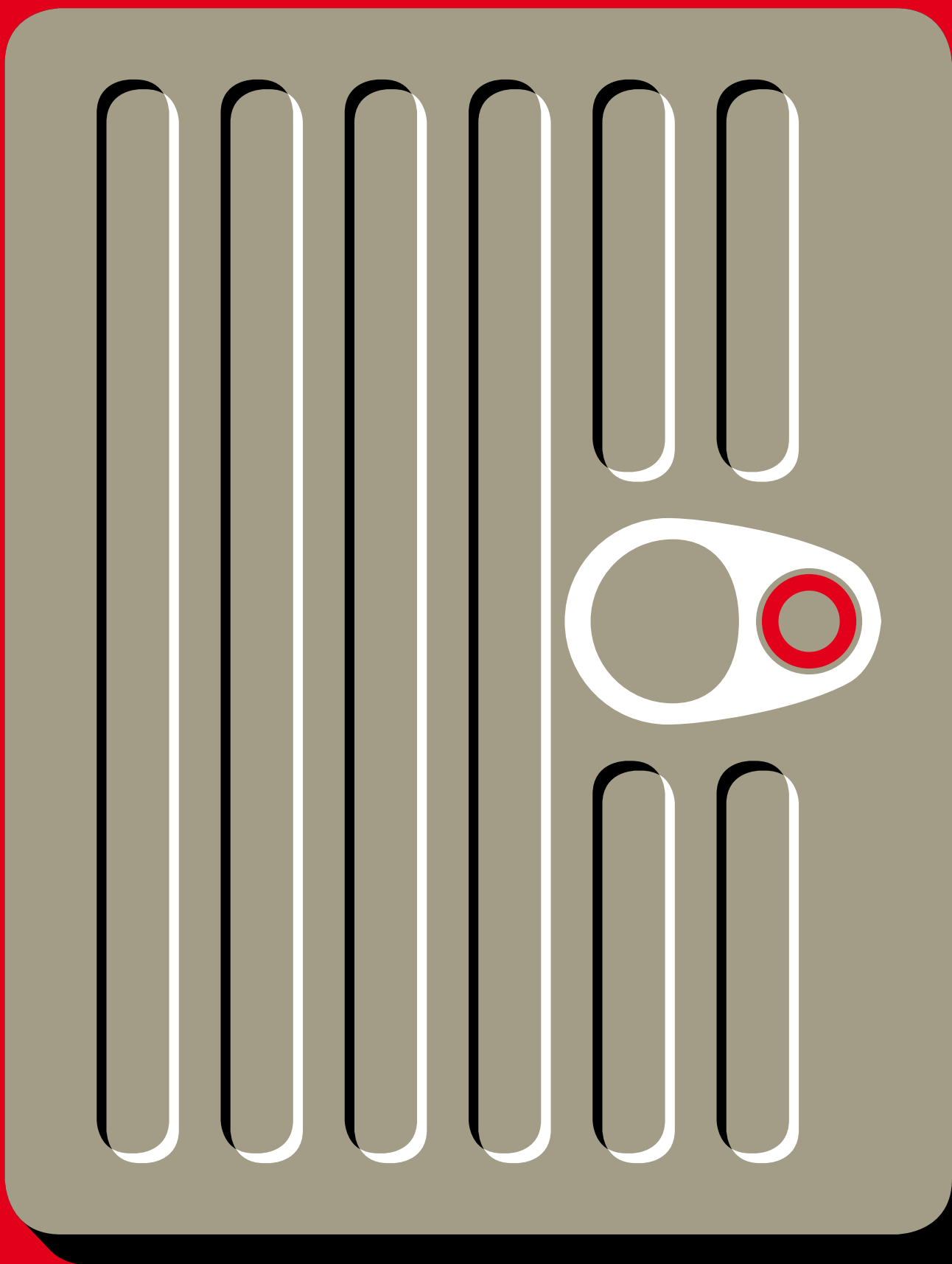
UND WIEDER ZURÜCK





WO GEHT DIE REISE HIN?

LE
HB



CCI

PROF. EM. OLAF LEU

VORABDRUCK AUS DER MITTE 2016 ERSCHEINENDEN BUCHPUBLIKATION »OLAF LEU R/80«

CCI



CCI

PROF. EM. OLAF LEU

VORABDRUCK AUS DER MITTE 2016 ERSCHEINENDEN BUCHPUBLIKATION »OLAF LEU R/80«

CCI



BEWEGTBILDER VERSTEHEN: Methodik, FAKTEN

Lars Christian Grabbe, Dr. phil.: Studium der Philosophie, Soziologie und Neue Deutsche Literaturwissenschaft und Medienwissenschaften an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel (CAU).

Seit 2005 Magister Artium der Philosophie, Soziologie und Neueren Deutschen Literatur- und Medienwissenschaft der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel. Von 2005 bis 2011 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Therapie- und Gesundheitsforschung (IFT-Nord) in Kiel mit dem Schwerpunkt Medientheorie.

Seit Wintersemester 2010/2011 Lehrbeauftragter für »Theorie und Geschichte symbolischer Formen« am Instituts für Kunst-, Design- und Medienwissenschaften der Muthesius-Kunsthochschule Kiel. Promovierte am 08. Juni 2011 an der Technischen Universität Chemnitz bei Prof. Dr. Klaus Sachs-Hombach (Lehrstuhl für Philosophie mit dem Schwerpunkt Kognitionswissenschaften) mit dem Thema »Georg Simmels Objektwelt. Verstehensmodelle zwischen Geschichtsphilosophie und Ästhetik«. Oktober 2011 bis März 2012 Freisemestervertretung von Prof. Dr. Norbert M. Schmitz am Fachbereich Ästhetik der Muthesius-Kunsthochschule in Kiel.

2011 promovierte er an der Technischen Universität Chemnitz zum Thema Georg Simmels Objektwelt. Verstehensmodelle zwischen Geschichtsphilosophie und Ästhetik. Seit 2010 ist er Lehrbeauftragter für »Theorie und Geschichte symbolischer Formen« am Instituts für Kunst-, Design- und Medienwissenschaften (IKDM) der Muthesius-Kunsthochschule in Kiel. Oktober 2011 bis März 2012 Freisemestervertretung von Prof. Dr. Norbert M. Schmitz am Fachbereich Ästhetik der Muthesius Kunsthochschule in Kiel. Von April 2013 bis Februar 2014 als Publizist und Wissenschaftsreferent in Kiel tätig. Im März 2014 Wechsel an den Fachbereich Design der Fachhochschule Münster als Dozent für Medientheorie- und Kommunikation. Seit September 2014 Vertretungsprofessor für Theorie der Wahrnehmung, Medien und Kommunikation am Fachbereich Design der Fachhochschule Münster.

DESIGN REFLEK TIEREN

DESIGN

TIEREN REFLEK DESIGN

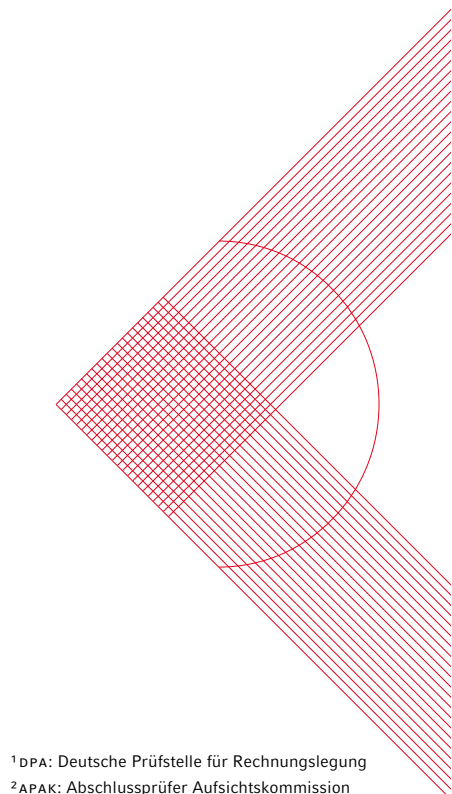


Strahlen, Wellen zurückwerfen; zurückstrahlen
(bildungssprachlich) nachdenken
(bildungssprachlich) bedenken
(umgangssprachlich) interessiert sein,
etwas Bestimmtes zu erreichen, zu erwerben

ret
|et
|et
|et
|et

Die Arbeit des Vorstands des CCI wird von seinem wissenschaftlichen Beirat inhaltlich gefördert.

PROF. EM. OLAF LEU – ALS GRÜNDER UND SPIRITUS RECTOR DER GESTALTERISCHEN BEWERTUNG VON GESCHÄFTSBERICHTEN – SEZIERT DIE GRAUZONEN ZWISCHEN INHALTLICHER VERBUNDENHEIT UND GESTALTERISCHEN NOTWENDIGKEITEN KONSEQUENT, ER IST DAMIT ALS ›GEBURTSHELPER DES INSTITUTS‹ IMMER WERTVOLLER FÖRDERER ABER AUCH FORDERER DER INSTITUTSARBEIT GEWESEN.



¹ DPA: Deutsche Prüfstelle für Rechnungslegung
² APAK: Abschlussprüfer Aufsichtskommission

DANKE OLAF LEU, DU LÖWE!



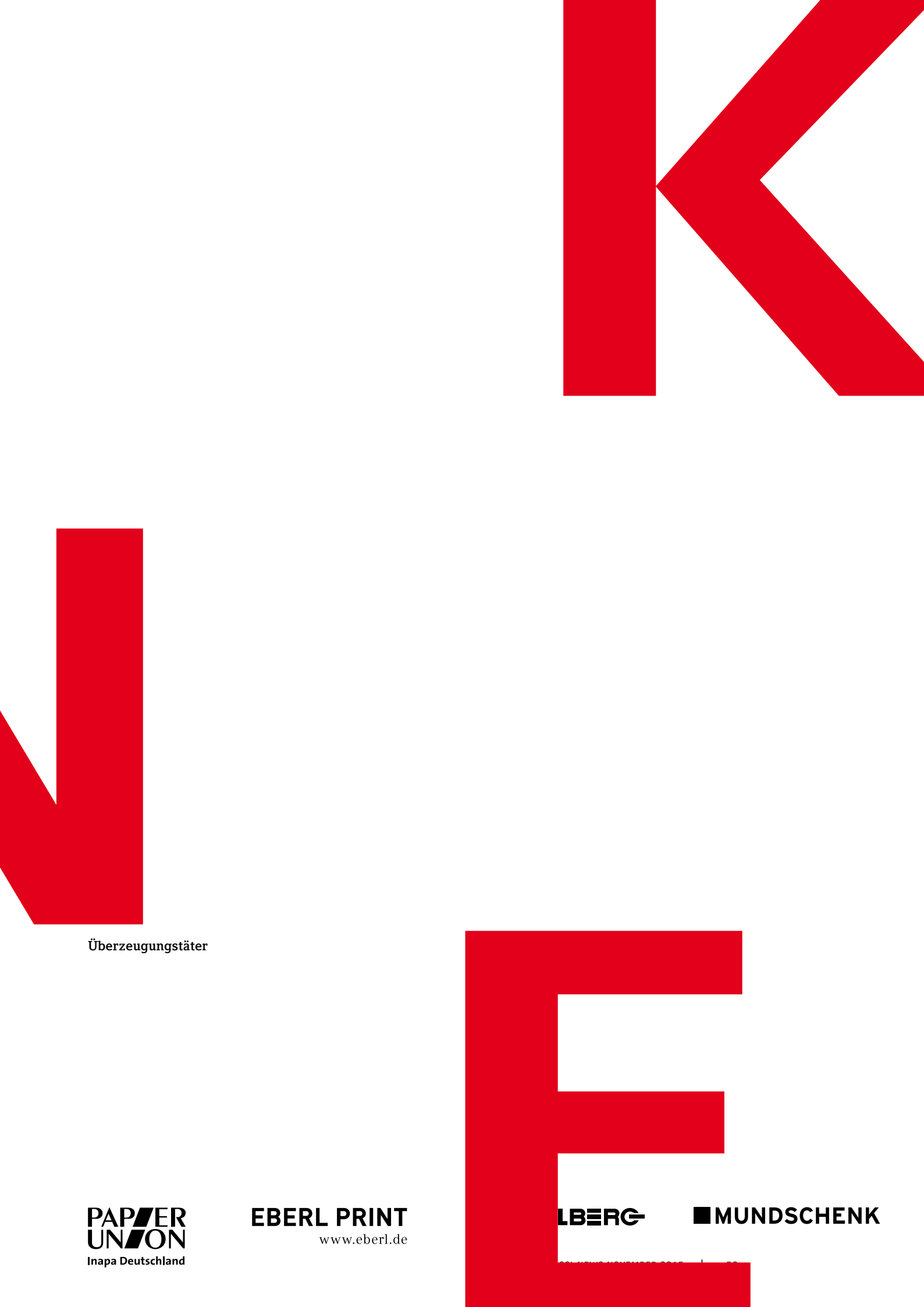
Der
abs



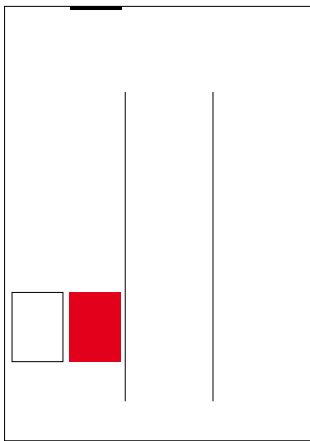
D

N

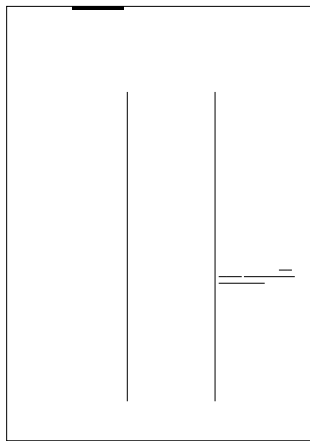
A



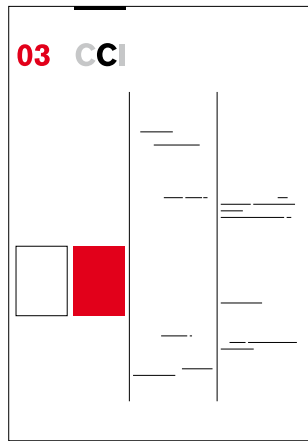
Überzeugungstäter



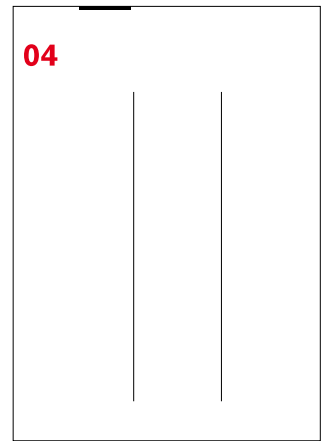
Interview: Bernd Schuler, Montfort + Diskurs: Effizienz contra Effektivität (Clemens Hilger)



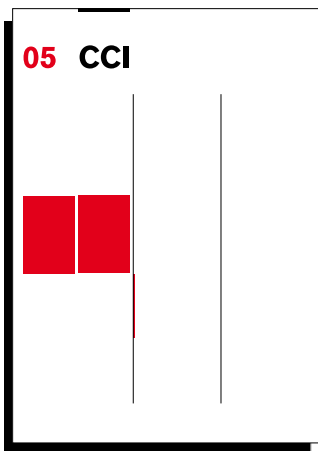
Interview: Dr. Herbert Meyer (Heidelberger Druck), Siegerbericht + Diskurs: Templates – Design nach Schema F? (Martin Schlüpen), Valentin Heisters u.a.



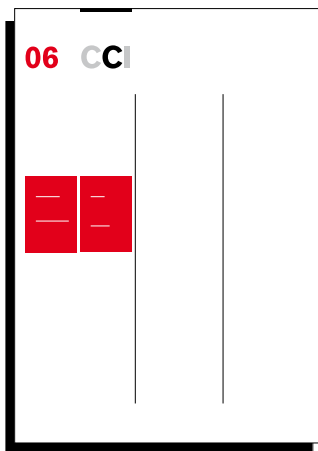
Interview: Jochen Dietz (Mentor) & Matthias Boie (Hilger & Boie) + Diskurs: Ausbildung ein Leben lang, aber wie? (Norbert Nowotsch), Preise, Preise über alles? (Gisela Grosse), Erinnerung an Klaus Schmidt



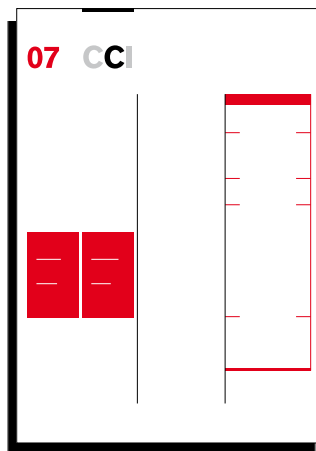
Interview: Marion Eisenblätter (GfK), Siegerbericht + Rückschau Heidelberger Forum: Das Bild



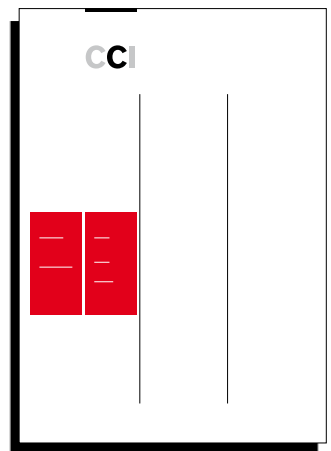
Interview mit Beate Scheufele (Scheufele Kommunikationsagentur), Der Geschäftsbericht – ein Medium zwischen Information & Inszenierung (Alena Voelzkow) + Diskurs: Juryarbeit – interne Sichten auf den Wettbewerbsalltag, Fons Hickmann, Olaf Leu, Jochen Radeker, Peter Vetter, Frank Wagner, Peter Zec, Peter Zizka



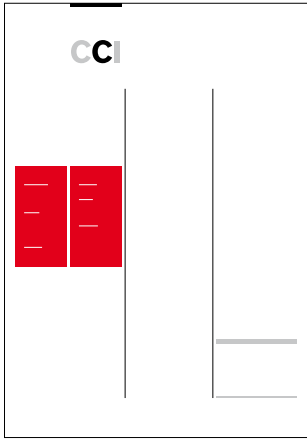
Interview mit Barbara Scholten (ThyssenKrupp), Siegerbericht + Diskurs: Gekaufte Awards



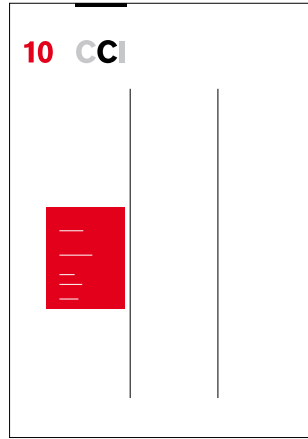
Interview mit Annette Häfelinger & Frank Wagner (hw design) + Diskurs: Analyse von Designwettbewerben, Der Wettbewerbsmarkt (Olaf Leu)



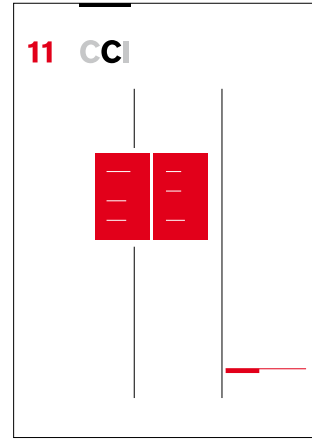
Interview: Barbara Scholten (Thyssen-Krupp), Siegerbericht + Rückschau Heidelberger Forum: Farbe bekennen, Erinnerung an Heinz Edelmann



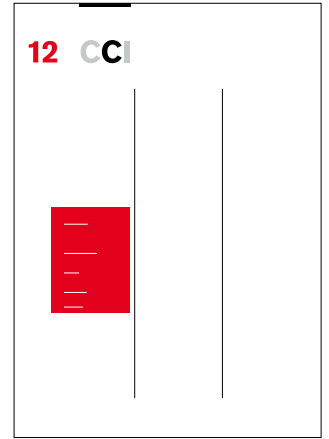
Interview: Annette Häfeling & Frank Wagner (hw design) + Diskurs: Print versus Online? + News-Wettbewerb: Prüfung nichtfinanzieller Leistungsindikatoren.



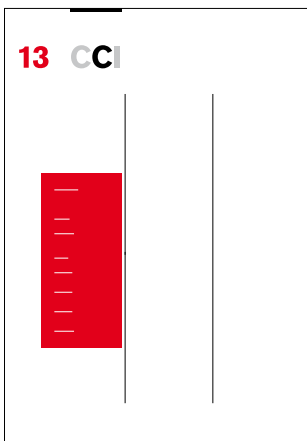
Interview: Oliver Maier (Fresenius Medical Care), Siegerbericht Diskurs: Anmassung – gekaufte Wettbewerbe



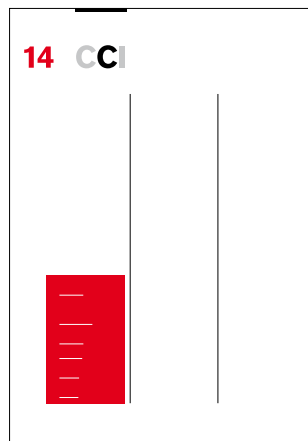
Diskurs: Medien zwischen Konvergenz & Impertinenz (Norbert Nowotzsch), Sichtweisen eines Insiders (Malte Kindt) + Rückschau. Die Visuelle Bilanz: Bewegende Informationen



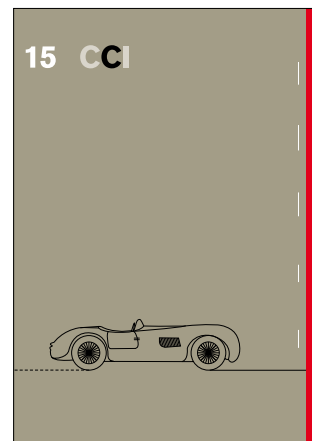
Interview: Christian Herrmann, Siegerbericht + Diskurs: Pitchen – So ist das Spiel. + Rückschau Heidelberger Forum: Information Korrekt



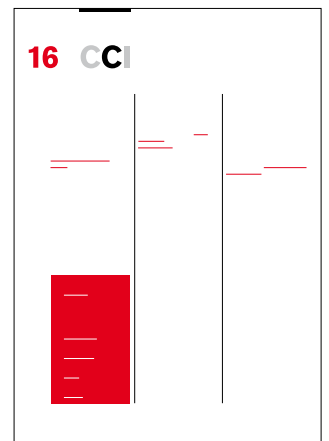
Interview: Valentin Heisters (Heisters & Partner) + Diskurs: Schreib einfach gutes Deutsch! Was aber ist gutes Deutsch? (Rudi Keller), Pitch & die Verantwortung der Unternehmen (Frank Wagner) + Rückschau. Die Visuelle Bilanz: Die Persönlichkeit bestimmt die Gestaltung + News-Wettbewerb: keine Sprachbewertung mehr.



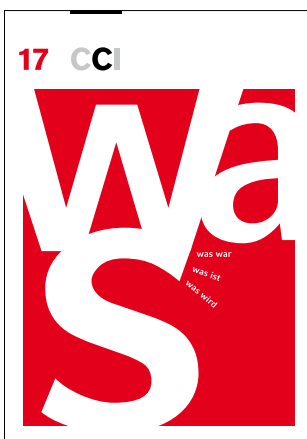
Interview: Dr. Johannes von Karczewski (Siemens), Siegerbericht + Diskurs: Ist & Soll der unternehmerischen Selbstdarstellung (Olaf Leu), doc Designbibliothek – History, Design als Anker & Beschleuniger



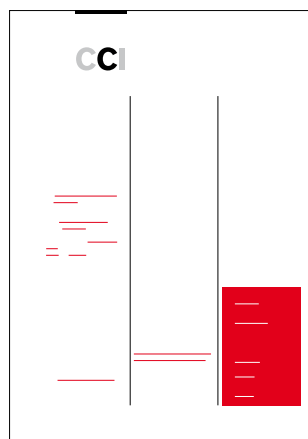
Facts & Figures: 10 Jahre Entwicklung der Geschäftsberichte in den letzten 10 Jahren + Diskurs: Fragen an Unternehmen & Agenturen



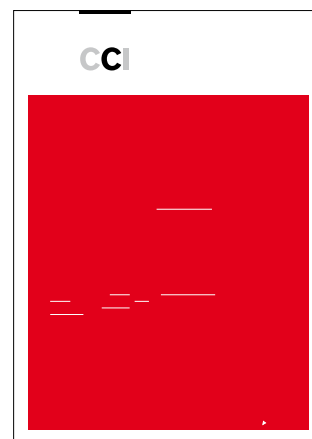
Interview: Thomas Wiede & Nadja Sölter (Mori Seiki / Gildemeister), Siegerbericht + Diskurs: Die Einzelkategorien der Gestaltungsbewertung + Rückschau Heidelberger Forum Geschäftsberichte: System Geschäftsbericht



Was war, was ist, was wird + Diskurs: System Geschäftsbericht Die ersten 10 Jahre 1996–2003 (Olaf Leu) + News Wettbewerb: das MANAGER MAGAZIN zieht sich aus dem Wettbewerb um den besten Geschäftsbericht zurück. Das bewertet Print & Online.



Diskurs: Die Grotesk & ihre falsche Anwendung seit 1925 + Studie: System Geschäftsbericht – Intermedialität + Rückschau Die Visuelle Bilanz: Corporate Reporting



goes IIRC + Diskurs: Integrated Reporting (Tatjana Oberdörster), Mehrgenerationengespräch zur Nutzung digitaler & analoger Medien, Der Anteil des Designs im Geschäftsbericht (Olaf Leu) + News-Wettbewerb: Neue Kriterien entsprechend IIRC

Sie befinden sich hier



