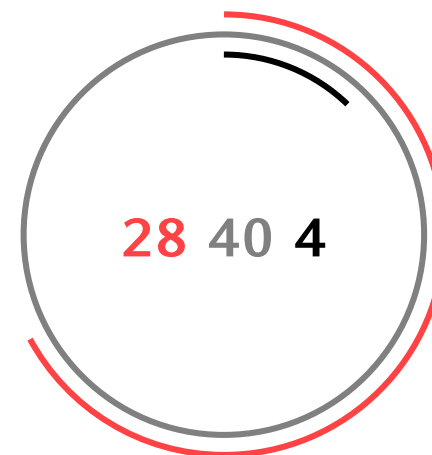


DIE BEWERTUNG DES CORPORATE REPORTINGS DURCH DAS CCI

Die Analyse des neuen Dax mit 40 Unternehmen unter Aspekten der kommunikativen und gestalterischen Qualität zeigt, dass Medienvielfalt das Crossmediale Storytelling befördert. Dies hängt mit der steigenden Komplexität der regulatorischen Anforderungen zusammen und hat zur Folge, das Unternehmen für diverse Nutzergruppen eine Vielzahl an Formaten und Inhalten bereitstellen. In der diesjährigen CCI-Analyse der Geschäftsberichte des DAX 40 aus dem Jahr 2021 wurden 4 Printberichte, 40 PDFs und 28 Online Berichte bewertet.



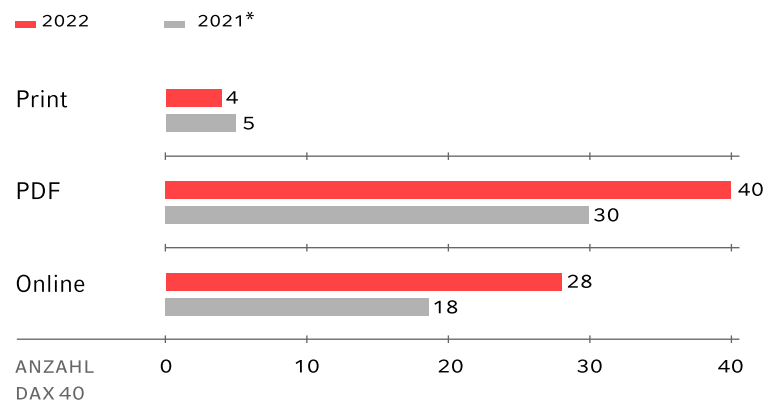
PRINT	●
PDF	●
ONLINE	●
BASF	●
BEIERSDORF	●
FRESENIUS MC	●
SYMRISE	●
ADIDAS	●
AIRBUS	●
BAYER	●
BMW GROUP	●
BRENNTAG	●
CONTINENTAL	●
COVESTRO	●
DEUTSCHE BÖRSE	●
DEUTSCHE POST DHL	●
DEUTSCHE TELEKOM	●
E.ON	●
FRESENIUS SE	●
HANNOVER RÜCK	●
INFINEON	●
MERCK	●
PUMA	●
QIAGEN	●
RWE	●
SAP	●
SARTORIUS	●
SIEMENS HEALTHINEERS	●
VOLKSWAGEN	●
VONOVIA	●
ZALANDO	●
ALLIANZ	●
DAIMLER TRUCK	●
DEUTSCHE BANK	●
HEIDELBERG CEMENT	●
HELLO FRESH	●
HENKEL	●
LINDE	●
MERCEDES BENZ GROUP	●
MTU	●
MUNICH RE	●
PORSCHE	●
SIEMENS	●

CCI FACTS & FIGURES

DIE VISUELLE BILANZ 2022

Überblick Bewertungsergebnisse 2022

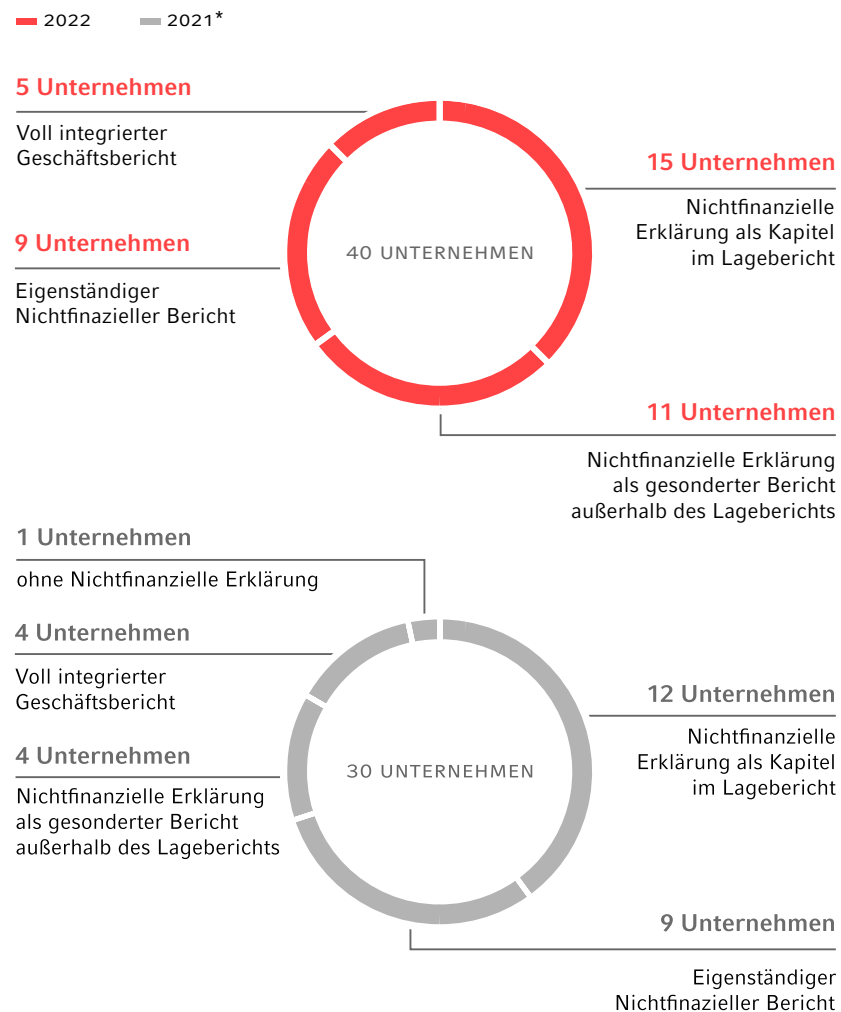
Formate der Berichterstattung



Das Geschäftsberichts PDF ist weiterhin als Veröffentlichungsformat beliebt und wird von allen Unternehmen bereitgestellt. Im Dax 40 zeigt sich bei den Printberichten auch in diesem Jahr ein kontinuierlichen Rückgang, so sind auch im Dax 40 nur noch vier Printberichte veröffentlicht worden. Die Zahl der Online Berichte steigt weiter, wobei hier der »digitaler Schub« häufiger eingesetzt wird. Dieser wird auch für weitere Berichtsformen wie Zwischenberichte oder eigenständige Nachhaltigkeitsberichte genutzt.

* Im Jahr 2021 beinhaltet der Dax 30 Berichte.

Umgang mit der CSR-Richtlinie



CCI FACTS & FIGURES

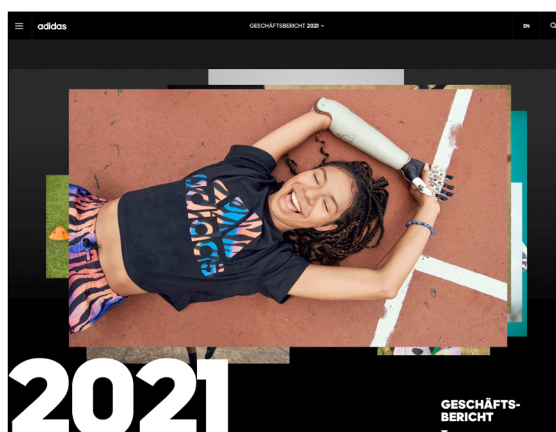
DIE VISUELLE BILANZ 2022

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	SYMRISE
2.	SYMRISE	DEUTSCHE POST DHL	ADIDAS	FRESENIUS MC
3.	ADIDAS	FRESENIUS MC	SYMRISE	BASF
4.	COVESTRO	SYMRISE	COVESTRO	BEIERSDORF
5.	DEUTSCHE POST DHL	E.ON	BASF	



CCI FACTS & FIGURES

DIE VISUELLE BILANZ 2022

Gesamtbewertung des Corporate Reportings 2022

Durchschnitt aus **PDF, Online, Print**

DAX 40 Ergebnisse in alphabetischer Reihenfolge

Unternehmen		
HERAUSRAGEND 100 – 80 %	STANDARD < 60 – 40 %	UNTER STANDARD < 40 – 20 %
BMW Group	Airbus	Allianz
ÜBER STANDARD < 80 – 60 %	Beiersdorf	Bayer
	Continental	Brenntag
Adidas	Daimler Truck	Deutsche Bank
BASF	Deutsche Börse	Heidelberg Cement
Covestro	Deutsche Telekom	Hello Fresh
Deutsche Post DHL	Fresenius SE	Linde
E.ON	Hannover Rück	MTU
Fresenius Medical Care	Henkel	Siemens Healthineers
Puma	Infineon	Zalando
Symrise	Mercedes Benz Group	WEIT UNTER STANDARD < 20 %
Vonovia	Merck	
	Porsche	
	Qiagen	
	RWE	
	Sartorius	
	Volkswagen	

Die durchschnittlichen Ergebnisse Gesamt
und pro Medium

	Gesamt	PDF	Online	Print
2022	48,1 %	47,3 %	53,5 %	61,3 %
2021	47,4 %	45,4 %	61,3 %	54,4 %

Spitzenwerte DAX 40 im Jahresvergleich

	Gesamt	PDF	Online	Print
2022	83,3 %	76,5 %	90,1 %	83,6 %
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 %

CCI FACTS & FIGURES

DIE VISUELLE BILANZ 2022

Bewertung des Corporate Reportings nach Medium

DAX 40 Ergebnisse in alphabetischer Reihenfolge

PDF 2022 DAX 40

Unternehmen		
HERAUSRAGEND 100 – 80 %	STANDARD < 60 – 40 %	UNTER STANDARD < 40 – 20 %
–	BASF	Allianz
ÜBER STANDARD < 80 – 60 %	Airbus	Brenntag
	Bayer	Deutsche Bank
	Beiersdorf	Deutsche Telekom
	BMW Group	Heidelberg Cement
	Covestro	Hello Fresh
	Deutsche Post DHL	Linde
	E.ON	MTU
	Fresenius MC	Sartorius
	Symrise	Siemens Healthineers
	Infineon	WEIT UNTER STANDARD < 20 %
	Mercedes Benz Group	
	Merck	
	Porsche	
	Puma	
	Qiagen	
	RWE	
	SAP	
	Volkswagen	
	Vonovia	
	Zalando	

CCI FACTS & FIGURES

DIE VISUELLE BILANZ 2022

Bewertung des Corporate Reportings nach Medium

DAX 40 Ergebnisse in alphabetischer Reihenfolge

Online 2022 DAX 40

Unternehmen		
HERAUSRAGEND 100 – 80 %	UNTER STANDARD < 40 – 20 %	
ADIDAS	Airbus	
BMW Group	Bayer	
Symrise	Beiersdorf	
ÜBER STANDARD < 80 – 60 %	Brenntag	
	Infineon	
BASF	Qiagen	
Covestro	Siemens Healthineers	
Deutsche Post DHL	Zalando	
E.ON	WEIT UNTER STANDARD < 20 %	
Fresenius MC		
Fresenius SE		–
Merck		
Puma		
Volkswagen		
Vonovia		
STANDARD < 60 – 40 %		
Deutsche Telekom		
Continental		
Deutsche Börse		
Hannover Rück		
RWE		
SAP		
Sartorius		

Print 2022 DAX 40

Unternehmen
HERAUSRAGEND 100 – 80 %
Symrise
ÜBER STANDARD < 80 – 60 %
Fresenius Medical Care
BASF
STANDARD < 60 – 40 %
Beiersdorf
UNTER STANDARD < 40 – 20 %
–
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

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

INFORMATIONSGRAFIKFunktionale 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 AUFBEREITUNGOnline (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 SERVICE

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

Bennet Dartmann

Bildquellen

CCI

Font

Linotype Compatil