

Von der Pflicht zur Kür

Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichte als Kommunikationsinstrumente optimal produzieren!

WIEN/STOCKERAU.

Schon 1494 veröffentlichte Luca Pacioli erstmals ein Buch, in dem er die „Bilanz“ beschrieb – eine Zusammenstellung der Daten aus der Buchhaltung über Gläubiger und Schuldner einer Person oder eines Unternehmens.

Damit war das Berichtswesen geboren. Ursprünglich auf freiwilliger Basis durchgeführt, wurde mit zunehmender Komplexität der unternehmerischen Tätigkeit daraus die gesetzliche Berichtspflicht.

In weiterer Folge forderten die MiteigentümerInnen der Unternehmen nicht nur Informationen über die in der Bilanz dargestellte Ist-Situation, sondern auch darüber, was sie vom Unternehmen *künftig* zu erwarten hätten. Daraus entstand der „Geschäftsbericht“, der neben den Erklärungen zur Bilanz und der GuV-Rechnung auch den Lagebericht sowie Markt- und Wettbewerbseinschätzungen im Hinblick auf die künftige Unternehmensentwicklung umfasst.

Seit 2017 ist für Unternehmen in der EU mit mehr als 500 MitarbeiterInnen die Veröffentlichung eines Nachhaltigkeitsberichts zwingend vorgeschrieben, in dem – zusätzlich zu den ökonomischen Informationen – auch ökologische und soziale Einflussfaktoren dargestellt werden müssen.

Daraus hat sich der „Kombinierte Geschäftsbericht“ entwickelt – ein Kompendium, das Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht vereint.

Wesentliches PR-Instrument

Die Darstellung und Deutung von Unternehmenskennzahlen und Ergebnissen ist hochsensibel, aber auch ganz besonders wirkungsvoll. Der Geschäftsbericht ist die Visitenkarte des Unternehmens und entscheidet über den Ruf in der Öffentlichkeit und da-



mit über den Aktienkurs und die Unternehmensbewertung.

Damit hat sich die Zielgruppe des Geschäftsberichts erweitert: Von einem Informationsmedium für InvestorInnen, AktionärInnen, und die Finanzbranche zu einem Tool für positives Unternehmensimage in der breiten Öffentlichkeit und für die Medien. Gerade in den letzten Jahren entstanden daher in vielen Ländern Wettbewerbe, bei denen Geschäftsberichte sogar mit Awards ausgezeichnet werden. Dabei werden der inhaltliche Aufbau wie auch die Güte und Kreativität der Gesamtproduktion bewertet.

Ing. Doris Wallner-Bösmüller, Geschäftsführerin von Bösmüller Print Management, stellt folgenden Trend fest: „Geschäftsberichte erhalten wieder verstärkte Aufmerksamkeit. Gab es vor einigen Jahren Unternehmen, die ihre Berichte nur mehr elektronisch publizierten, stellen wir fest, dass Druckproduktionen nun wieder stark im Fokus stehen.“

Erfolgreiche Produktionen

Wallner-Bösmüller analysiert: „Ganz besondere Bedeutung hat das Vertrauen in den Druckproduktionspartner, der daher mit besonderer Sorgfalt ausgewählt

und speziell für den Geschäftsbericht entwickelten Verpackung.“

Erfolgsfaktor Sicherheit

Gerade im Zuge der DSGVO-Diskussion wurde der Umgang mit Daten sensibilisiert; dazu Wallner-Bösmüller: „Ihre elektronischen wie auch haptischen Daten sind bei uns sicher. Das betrifft auch verlässliche Entsorgung nicht verwendeter Andruckbögen und den qualitätsgesicherten und zertifizierten Versand. Durch die enge Kommunikation mit der Prepress können

Korrekturen bis zur allerletzten Minute eingearbeitet werden, solange wir garantieren können, dass die Deadline für die Erscheinung gehalten werden kann.“

Abschließend empfiehlt Wallner-Bösmüller: „In der erprobten Zusammenarbeit mit Agenturen, die sich auf die Erstellung von Geschäftsberichten spezialisiert haben, dem Finanzvorstand und uns als Printproduktionspartner liegt ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Jetzt, zu dieser Zeit des Jahres, macht es Sinn, die nächste Produktion in Angriff zu nehmen, denn die Eindrücke der letzten Produktion sind frisch, um zu orten, wie man die Sicherheit in den Abläufen optimieren und wie man die nächstjährige Produktion zu etwas Besonderem machen kann. Je früher wir gemeinsam mit allen Partnern in die Umsetzung integriert sind, desto besser wird das Ergebnis und entfaltet die optimale Wirkung bei allen Stakeholdern!“

werden sollte.“ Da es sich um die wohl sensibelste Drucksorte des kompletten Geschäftsjahrs handelt, kommt der Beratungskompetenz besondere Bedeutung zu. Wallner-Bösmüller: „Durch den Geschäftsbericht werden die Seele, die Eigenschaften, die Werte und die Persönlichkeit des Unternehmens transportiert. Daher sind Formatfestlegung, Wahl des perfekt passenden Papiers, Festlegen des Bildbearbeitungsstils, Entscheidung für die am besten geeignete Buchbindung, Einsatz möglicher Prägungen, Stanzungen und sonstiger Endfertigungsmöglichkeiten extrem wichtig!“

Last but not least reicht dies bis zur Abwicklung des Versands in einer qualitativ hochwertigen



Ing. Doris Wallner-Bösmüller

Geschäftsführerin
Bösmüller Print Management
Tel.: 02266/68180-0
d.wallner-boesmueller@boesmueller.at
www.boesmueller.at