



PRINT & PRODUKTION

GESCHÄFTSBERICHTE UND IMAGE-PUBLIKATIONEN

DOSSIER 8/11



Sonderdruck ns »publish»

Symposium

Der Geschäftsbericht wird neu aufgemischt: Am Symposium im GDI fand das Thema grossen Anklang; Referenten berichteten. **SEITE 7**

Nonfinancials

Transparenz und ehrliche Informationen sind im Geschäftsbericht wichtig. Er wird so zum Instrument für Reputation. **SEITE 13**

Print/Online

Bald werden Geschäftsberichte nur noch crossmedial publiziert. Die Bedürfnisse der Nutzer stehen nun im Vordergrund. **SEITE 24**

Veredelung

Massnahmen, die das Image stärken, sind angesagt. Es gibt Grenzen im Inhalt, jedoch bei der Ausführung kein grafisches Limit. **SEITE 37**

Multichannel-Publishing – die Lösung für komplexe Projekte

PRODUKTION Was bedeutet es für das Herstellen von Geschäftsberichten, wenn gleichzeitig unterschiedliche Medienkanäle bedient werden müssen? Dr. Joëlle Loos, Marketingverantwortliche bei der Neidhart+Schön Group, hat darüber an einer Veranstaltung des Fachverbandes PublishingNetwork gesprochen.

VON Ruedi Ulmann

■ PublishingNetwork, der Fachverband für digitale Medienproduktion (www.publishingnetwork.ch), hat Ende Mai in Zürich zu einer Veranstaltung über die Veränderungen in der Printlandschaft eingeladen. Dabei sind Kuonis oberster Kommunikationsleiter Peter Brun und Dr. Joëlle Loos, Marketingverantwortliche bei der Neidhart+Schön Group, aufgetreten. Weil die Neidhart+Schön Group ein führender Dienstleister für die Produktion von Geschäftsberichten ist, hat «Marketing & Kommunikation» bei Joëlle Loos nachgefragt, welche Veränderungen sie in diesem Bereich feststellt.

Fakten versus Hype

Joëlle Loos stützt ihre Beobachtungen auf die vom Geschäftsberichte-Symposium (www.gb-symposium.ch) lancierte Online-Bibliothek, eine Sammlung von Geschäftsberichten von zur Zeit rund 300 verschiedenen Unternehmen. Alle Geschäftsberichte sind als PDF abrufbar. Von den rund 300 Berichten über das Geschäftsjahr 2009 sind zudem 23 in einer vollen HTML-Version online und weitere 23 als Quick-HTML online greifbar. Sogenannte «Apps» für Tablet Computer wie das iPad gibt es für das Jahr 2009 noch keine.

Obwohl Apps inzwischen ein Hype-Thema sind, haben erst fünf in der Online-Bibliothek vertretene Unternehmen für ihren Geschäftsbericht 2010 eine App-Version publiziert. Zurich Financial, Nestlé, Nobel Biocare, Georg Fischer und BKW sind diejenigen Unternehmen mit einer App für den Geschäftsbericht 2010.

Natürlich profitieren Unternehmen, die zuerst in einem neuen Medienkanal präsent sind, von einer gesteigerten Aufmerksamkeit. Der effektive Mehrwert für die Zielgruppen hängt allerdings stark vom Verhalten und den Möglichkeiten der Angesprochenen ab, beispielsweise von der Verbreitung von entsprechenden Tablet Computern (iPads).

Evolution statt Revolution

«Die Auswertung der Online-Bibliothek zeigt, dass es einen Trend zum Multichannel Publishing gibt, also neben Print zu immer mehr Online-Anwendungen», erklärt Joëlle Loos, «aber die Auswertung zeigt auch, dass es keine Revolution, sondern eine Evolution ist.» Diese evolutionäre Entwicklung erklärt sie damit, dass die Publikation von Geschäftsberichten ein komplexer Prozess ist, der unter hohem Zeitdruck stattfindet und bei dem viele verschiedene Stel-

len, unternehmensintern wie auch extern, involviert sind.

Ein Grund für das knappe Zeitbudget ist, dass das Gut zum Druck meistens noch auf der Basis des Printberichtes relativ kurz vor der Bilanz-Medienkonferenz erteilt wird. Nicht nur die Geschäftsleitungsmitglieder, sondern auch viele Verwaltungsräte wollen selber eine Vorabversion sehen. Daraus ergeben sich dann weitere Korrekturschleifen. Schliesslich muss neben der Printversion mit einem beträchtlichen Zusatzaufwand die Online-Version aufbereitet werden und allenfalls auch noch eine App, welche auch nicht auf Knopfdruck zur Verfügung steht.

Ein System für alle Kanäle

Zwei Möglichkeiten nennt Joëlle Loos, um den Prozess zu vereinfachen. Eine Option ist «Online first». Die nächsten Jahre werden zeigen, ob sich dieser Ansatz durchsetzt. Die andere Option ist ein integriertes Produktionssystem. Damit ist es möglich, den Inhalt nur einmal zu erfassen, um ihn dann für alle Kanäle verwenden zu können. Ein solches System für das Multichannel Publishing wird in der Neidhart+Schön Group bereits erfolgreich für die Herstellung von Geschäftsberich-

ten für rund 90 börsenkotierte Unternehmen eingesetzt. Rund ein Dutzend verschiedene Produktionssysteme hat die Graubündner Kantonalbank von einer Fachhochschule evaluieren lassen. Die Graubündner Kantonalbank hat sich für das System ns.publish entschieden.

Den Erfolg ihres Systems erklärt Joëlle Loos mit zwei Argumenten. Einerseits mit dem Fokus auf die Herstellung von Geschäftsberichten, verbunden mit speziellen Eigenentwicklungen für das System, welche sowohl die Bedürfnisse der Finanzwelt wie auch des Online-Kanals abdecken. Andererseits mit der Tatsache, dass die Neidhart+Schön Group mit der Multimedia Solutions AG über ein eigenes, von der Druckerei unabhängiges Systemhaus verfügt, das seit über zehn Jahren auf IT-gestützte Redaktions- und Produktionssysteme ausgerichtet ist.

Die Anforderungen an die Umsetzung von Projekten im Bereich Multichannel Publishing sind sehr hoch. Dazu Joëlle Loos: «Wir sehen, dass sich viele Unternehmen eine kompetente, externe Produktionsleitung wünschen, weil es sich für sie nicht lohnt, das erforderliche Know-how intern aufzubauen und es auch nicht zu ihrer Kernfähigkeit gehört.» ■



Die BKW ist das erste Unternehmen in der Online-Geschäftsberichte-Bibliothek mit Print, PDF, Full-HTML und einer iPad-App.



Multichannel-Pionierarbeit leistet die BKW auch bei der Publikation des Nachhaltigkeitsberichts mit Print, PDF und Full-HTML.