

Gedruckt versus online: die Frage der richtigen Medienwahl

UMFRAGE Der Verzicht der Migros auf einen gedruckten Geschäftsbericht hat die Diskussion um die richtige Medienwahl neu angeheizt. MK hat Experten um ihre Meinung gebeten: die aktuelle und zukünftige Entwicklung des Reportings aus der Sicht von bekannten Kommunikations- und Publishing-Dienstleistern.

BEARBEITUNG: RUEDI ULMANN

■ Zentral ist die Wahl einer effizienten Single-Source-Plattform



Jürg Trösch, Inhaber und CEO, Linkgroup

Soll der Geschäftsbericht weiterhin gedruckt oder nur noch online angeboten werden? Diese Frage beschäftigt Unternehmensleiter und Kommunikationsverantwortliche derzeit intensiv. Die Frage lässt sich nicht auf die Schnelle beantworten. Es besteht aber auch kein Grund zur Eile. Es will gut überlegt sein, was mit

dem Flaggschiff der Unternehmenskommunikation geschehen soll. Es muss vielfältige Anforderungen erfüllen, ist als wichtigstes Medium der Unternehmenskommunikation Tätigkeits-, Finanzbericht und – hoffentlich – auch Imageträger in einem.

Überzeugende Inhalte

Verantwortliche, die sich unsicher fühlen, tun gut daran, sich erst von Spezialisten beraten zu lassen und eine massgeschneiderte Lösung für ihr eigenes Unternehmen zu erarbeiten. Diese hängt von vielen Faktoren ab, beispielsweise von der Branche, der Unternehmensgrösse, den jeweils unternehmensspezifischen heterogenen Zielgruppen, der Aktionärsstruktur, der Informationsmenge, der Sprachenvielfalt, dem Zeitplan und von den Märkten, in denen eine Organisation tätig ist.

Und natürlich ist es auch eine Frage des Budgets. Wenn der genossenschaftliche Grossverteiler Migros, welcher weder Aktionäre noch Investoren kennt, den Geschäftsbericht nur noch webbasiert anbietet, ist dies eine Botschaft, die bei den Zielgruppen einer börsenkotierten Gesellschaft nicht a priori gut ankommt. Wir haben bei den wichtigsten Zielgruppen systematisch nachgefragt, was sie

von einer Onlinelösung erwarten. Die Antworten fielen nicht überraschend aus. Im Prinzip das Gleiche wie von den Printversionen, d.h. überzeugende Inhalte und eine mediengerechte Ausführung. Keinesfalls «l'art pour l'art». Die meisten Unternehmen werden sich richtigerweise bis auf Weiteres für eine zweigleisige Publikation des Geschäftsberichts entscheiden: In der klassischen Printversion mit Versand der physischen Publikationen sowie online in unterschiedlichen Individualisierungen und mit spezifischen Interaktions-Tools.

Single-Source-Publishing

Zentral bei der Online- oder Printfrage ist die Wahl einer effizienten Single-Source-Plattform, wie wir sie mit der PublishingSuite® anbieten. Sie ermöglicht es dem Kunden und uns, aus einer einzigen Quelle zu produzieren und zu publizieren. Dadurch wird der Koordinations-, Produktions- und Kontrollaufwand deutlich reduziert. Unabhängig vom spezifischen Output steht die Kompetenz bei der Mehrfachverwendung der Daten, dem integralen Prozess und der mediengerechten Aufbereitung im Vordergrund. Damit haben wir schon mehrere unserer Kunden überzeugt, darunter Allreal (s. Box).

Der Onlinetrend ist nicht aufzuhalten, doch er wird professionell konzipierte und gestaltete Geschäftsberichte nicht generell ersetzen. Genauso wie die tonangebenden Warenhäuser dieser Welt neben dem Self-Service weiterhin bediente Abteilungen führen (teilweise sogar öfter als früher), wird auch der gedruckte Geschäftsbericht noch während vieler Jahre zum Informationsportfolio der meisten etablierten Unternehmen gehören. Dass sich Onlinelösungen rasch verbreiten, steht jedoch ausser Frage. Die Vielfalt an Varianten, Untervarianten und Mischformen wird dramatisch zunehmen, was in einer multioptionalen Gesellschaft nur zu begrüssen ist. ■



Drei Geschäftsberichte von börsenkotierten Unternehmen: Printversion und unterschiedliche Onlinelösungen.

■ Ergonomisch und funktional

Allreal ist mit seinem Onlinengeschäftsbericht konsequent auf die Zielgruppen eingegangen. Der Onlineauftritt überzeugt ergonomisch und funktional. Die wesentlichsten Vorteile:

- Eigenständige Gestaltung in Anlehnung an den Webauftritt
- Webgerechte Umsetzung, auch für iPad (ohne App)
- Volltextsuche
- Inhaltsverzeichnis (Sitemap)
- Seiten können gesammelt und bearbeitet werden
- Gesammelte Seiten können als Bündel gedruckt werden
- Druckoptimierte Ausgabe (Darstellung/Paginierung)
- Kennzahlenvergleich, dynamische Grafiken
- Download von Exceltabellen
- Tooltips für Fussnoten in Tabellen
- Verlinkungen (z.B. aus Tabellen zu Anmerkungen/Notes)
- Glossar
- Erweiterbar mit jeder gewünschten Funktionalität