



Prof. Dr. Rudolf Volkart, Präsident Value Reporting, und Dirk Schütz, Chefredaktor Bilanz.



Prof. Dr. Miriam Meckel, MCM Institute Universität St. Gallen.



Mitglieder der Leserjury: Gaby Tschofen, Andreas Jäggi, Lukas Marty und Birgit Voigt.

Foto: Lukas Schnellmann

Die Zukunft des Geschäftsberichts

Am Geschäftsberichte-Rating 2009 gewinnt Kuoni zweimal Gold.



Blick ins Publikum.

Beim Bilanz-Geschäftsberichte-Rating 2009 waren drei Dinge neu. Erstens die Location: Der Vortragssaal der Zürcher Hochschule der Künste und seine Möglichkeit der 360-Grad-Projektion für die Präsentation war ein würdiger Rahmen für die Veranstaltung. Zweitens die erstmalige Verleihung der Preise für den besten Online-Auftritt eines Unternehmens und drittens die Erhöhung der Anzahl bewerteter Geschäftsberichte von 150 auf 240. Wie im Vorjahr zeichnete der HarbourClub, die Vereinigung der Kommunikationschefs bedeutender Schweizer Unternehmen, für die Preisverleihung, die Gesamtdurchführung des Ratings und die Koordination der drei Jurys verantwortlich. Das Gastreferat wurde von

Prof. Dr. Miriam Meckel, MCM Institute Universität St. Gallen, gehalten. Ermöglicht wird das Rating durch die Unterstützung von Linkgroup, KPMG und Sihl+Eika.

Enabling Conversations

In ihrem Referat vertrat Prof. Dr. Miriam Meckel die These, dass der traditionelle gedruckte Geschäftsbericht an seine Grenzen stösst. Dies sei aber auch eine Chance, wenn es gelinge, mit Hilfe einer Online-Berichterstattung für alle Anspruchsgruppen den zentralen Zugangsweg zum Reporting und zur Aussendarstellung des Unternehmens sicherzustellen. Das kommunikative Ziel müsse es sein, jene Daten zur Ver-

fügung zu stellen, die für einen Dialog rund um die Unternehmensstrategie notwendig sind. Das bedeute «Enabling Conversations», welches gerade mit den Mitteln von Web 2.0 im Sinne einer differenzierten, flexiblen und partizipativen Zielgruppenansprache möglich sei.

Kuoni unumstrittener Sieger

Wie Gaby Tschofen, Präsidentin der Leserjury, ausführte, war für die sieben Jurymitglieder schon bald klar, welcher der Geschäftsberichte an die Spitze gehört: «Mit Kuoni zeichnen wir dieses Jahr ein Unternehmen aus, das den Geschäftsbericht nicht als lästige Pflichtübung empfindet, sondern die Chan-

SCHAUEN SIE HIN!



Wählen Sie die bekannten Kreativpapiere wie **Conqueror**, **Curious**, **Translucent**, **Skin** oder vieles mehr.

Einfach anrufen und beraten lassen.
056 464 51 11 | www.antaldis.ch

antaldis 
antaldis.com
PRINT · OFFICE · VISUAL COMMUNICATION
PACKAGING · SOLUTIONS

... MEHR ALS PAPIER!



360 Grad Projektion im Vortragssaal



Thailändischer Aperitif im Foyer der ZHdK

Vertiefende Informationen zum Thema Geschäftsbericht: Interessierte können das PDF einer 48-seitigen Broschüre zum Geschäftsberichte-Rating herunterladen unter www.harbourclub.ch. Darin finden sich auch das Referat von Prof. Miriam Meckel und weitere Informationen zu den Gewinnern der einzelnen Kategorien. Auf der Website des Harbour Clubs findet sich der Link auf die ausführlichen Listen des Gestaltungs-Ratings und des Value Reportings und auf den Artikel der Bilanz zu den Geschäftsberichten 2008. Einen raschen Einstieg und eine praktische Hilfe bietet die Publikation «Geschäftsberichte lesen und verstehen» von KPMG. Auf anschauliche Weise werden Fragen zu Bilanz, Erfolgsrechnung, Eigenkapitalnachweis, Geldflussrechnung und zum Anhang beantwortet. Im Herbst 2009 erscheint die 5. überarbeitete Auflage. Vorbestellungen der kostenlosen Publikation sind bereits jetzt möglich: kpmgpublications@kpmg.ch, Fax: 044 249 35 92.

WELCHE GESCHÄFTSBERICHTE WURDEN BEWERTET?

In das Geschäftsberichte-Rating 2009 aufgenommen wurden die Geschäftsberichte aller kotierten Unternehmen, die im SPI vertreten sind. Zusätzlich die 50 umsatzstärksten Unternehmen im Jahr 2008, die 15 Versicherungen, die im Jahr 2007 die höchste Bruttoprämie hatten, und die 25 Banken, die 2007 die höchste Bilanzsumme aufwiesen (Sample von 240 Berichten).

WIE WURDE GEKÜRT?

Prof. Rudolf Volkart vom Schweizer Bankeninstitut bewertete die Geschäftsberichte zusammen mit Studierenden nach festgelegten inhaltlichen Kriterien für das Value Reporting. Parallel dazu beschäftigten sich elf Fachleute unter der Leitung von Peter Vetter, Studio Coande, mit Gestaltung, Visualisierung, Typografie und Realisierung der Geschäftsberichte und erstellten die Rangliste der Gestaltungsjury. Die Addition beider Ratings nach Rangpunkten ergibt die Top 20. Daraus erkör die dritte Jury schliesslich die Gesamtsieger des Geschäftsberichte-Ratings 2009.

ce genutzt hat, sich lustvoll und in seiner Gesamtheit darzustellen.» Der zweite Platz fiel auf den Vorjahresdritten, die Credit Suisse. Wiederum ist es der Grossbank gelungen, einen gut gegliederten Überblick über die Ereignisse der Finanzwelt und die eigenen Resultate zu geben. Dabei lobte Birgit Voigt, Präsidentin des Vereins Club Zürcher Wirtschaftsjournalisten, besonders, dass die Tiefe der Analysen im CS-Geschäftsbericht überdurchschnittlich im Vergleich zu anderen Geschäftsberichten sei.

Auch Novartis gehörte 2009 wieder zu den Medaillengewinnern. Diesmal brachte sie ihr langjähriges Erfolgskonzept auf den dritten Platz: ein kompakter Geschäftsbericht in Schwarzweiss, dem es gelingt, Komplexität, Ernsthaftigkeit und die Darstellung des eigenen Erfolgs unter einen Hut zu bringen und das eigene Geschäft einer interessierten Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

Kuoni auch im Gestaltungs-Rating vorn

Nachdem die Gestaltungsjury im vergangenen Jahr keinen ersten Rang vergeben hatte, kristallisierte sich 2009 ein klarer Sieger heraus: Kuoni. Und so konnte, unter dem Applaus der rund zweihundert Gäste, ein strahlender Peter Brun, Head of Corporate Communications, sein zweites Diplom entgegennehmen. Dazu bemerkte Peter Vetter, Coande, Leiter der Gestaltungsjury: «Was Kuoni dieses Jahr, nicht nur im Bereich des Geschäftsberichts, sondern generell in der gesamten Kommunikation realisiert hat, spricht für eine sorgfältig geplante, langfristige Gesamtstrategie.» Der zweite Platz in der Kategorie Gestaltung ging an die Basellandschaftliche Kantonalbank, gefolgt von der Migros, die wie im Vorjahr Platz drei belegte.

Value Reporting verbessert sich sukzessive

Den ersten Platz im Value Reporting Rating nimmt erstmals die Spezialchemie-Unternehmung Sika ein. Deren Geschäftsbericht zeichnet sich durch eine übersichtliche und äusserst informative Aufbereitung der relevanten Angaben aus und sticht im Bereich der nichtfinanziellen Informationen sowie bei der Trendanalyse hervor. Den zweiten Platz belegt Roche. Dieser Geschäftsbericht besticht durch sehr gute Informationen in allen Kategorien, wobei die besten Noten bei der Erklärung der Jahresergebnisse durch das Management sowie im Bereich der Nachhaltigkeit erreicht wurden. Ebenfalls sehr gut bewertet wurde der auf dem dritten Rang klassierte Bericht der Syngenta.

«In den letzten Jahren hat sich die Qualität der Informationsvermittlung sukzessive erhöht und die Transparenz für die Investoren verbessert», führte Prof. em. Dr. Rudolf Volkart aus. Seiner Initiative ist es zu verdanken, dass das Value Reporting vor über zehn Jahren Eingang in das heutige Bilanz-Geschäftsberichte-Rating gefunden hat. Prof. Volkart präsierte die Jury Value Reporting 2009 das letzte Mal und übergibt den Stab an Prof. Alexander Wagner vom Institut für schweizerisches Bankenwesen der Universität Zürich.

Online-Auftritte erstmals prämiert

Das erste Mal wurde im Rahmen des Geschäftsbe-

richts-Ratings auch die Bewertung der Online-Auftritte Schweizer Unternehmen integriert. Eine separate Jury aus Fachspezialisten und Studierenden der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich analysierte in einem aufwändigen Prozess dieselben 240 Unternehmen, welche auch im Geschäftsberichte-Rating berücksichtigt wurden. Die Bewertungskriterien beruhten auf einem von der Edition Renteria schon seit zehn Jahren verwendeten Raster. Der vorderste Rang im Online-Rating ging an das Schaffhauser Technologie-Unternehmen Georg Fischer, es folgen Credit Suisse und Roche.

Andreas Jäggi



Die Sieger der Gesamtjury (v.l.n.r.): Jürg Trösch (Linkgroup), Andrés Luther (Credit Suisse), Nadine Enke (Novartis), Peter Brun (Kuoni), Lukas Marty (KPMG).



Die Sieger des Value Reportings (v.l.n.r.): Rainer Weihofen (Sika), Jürg Huber (Roche), Carsten Tilger (Syngenta).



Die Sieger des Gestaltungs-Ratings (v.l.n.r.): Monica Glisenti (Migros), Christoph Loeb (Basellandschaftliche Kantonalbank), Peter Brun (Kuoni).



Die Sieger des Online Reportings: Jamal Sadick (Credit Suisse), Bettina Schmidt (Georg Fischer), Hubert Buck (Roche).

Ambient Media

Werbung welche Ihr Zielpublikum auf sympathische Weise erreicht, ohne Ihr Budget zu strapazieren.



- Ambient Media – genau dort wo Ihre Kunden sind
- Promotion und Sampling – direkten Kontakt schaffen
- Flyerverteil und Cards for free – gezielt und effektiv
- Plakataushang – preisgünstig, indoor und outdoor
- Hochschul-Werbung – Zielgruppe Studenten erreichen
- Gastrowerbung – Ihre Werbung in Restaurants, Bars, usw
- Beauty- und Wellnesskanal – Zielgruppe Frauen
- Airport Werbung – in den Duty Free Shops
- Guerilla Marketing – auffällig und überraschend
- Nationale Abdeckung – in jeder Region der Schweiz

Mehr Infos auf www.propaganda.ch oder Telefon 044 404 20 20

PREISVERLEIHUNG DER BESTEN SCHWEIZER GESCHÄFTSBERICHTE

Erstmals mit Kategorie «Bester Online-Auftritt»: Erstmals fand die Preisverleihung der besten Schweizer Geschäftsberichte im Vortragssaal der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK) in Zürich statt. Eingeladen waren CEOs, CFOs und Kommunikationsvertreter grosser Schweizer Unternehmen, die Mitglieder des Harbour Clubs, die MCom-Alumni-Community sowie die Mitglieder des SIRV, der Schweizerischen Investor Relations Vereinigung. 200 Gäste nahmen am Anlass teil. Nach der Begrüssung durch Gaby Tschöfen, Kommunikationsverantwortliche von Barry Callebaut und Vertreterin des Harbour Clubs, führte Dirk Schütz, Chefredaktor der Bilanz, durch den Preisverleihungsanlass. Die Gesamtgewinner Kuoni, Credit Suisse und Novartis wurden durch Laudationes von Gaby Tschöfen, Lukas Marty, CFO von KPMG Schweiz, sowie Birgit Voigt, Präsidentin des Clubs Zürcher Wirtschaftsjournalisten, gewürdigt. Die Gewinner erhielten die Zertifikate aus den Händen von Prof. Dr. Rudolf Volkart, Präsident der Jury Value Reporting, Peter Vetter, Coande, Präsident der Gestaltungsjury, und Bernhard Schweizer, Communications, Investor Relations Gurit Holding AG und Vorsitzender der Online-Jury.