

# MPM<sup>2</sup> Trendmonitor 2020

## MDAX-Geschäftsberichte

---

MEDIENPORTFOLIO, CONTENTSTRATEGIEN, NACHHALTIGKEIT - DIE REPORTING-TRENDS



# Titelübersicht



NUR NOCH 10 MDAX-UNTERNEHMEN STELLEN DEN GESCHÄFTSBERICHT AKTIV  
ALS GEDRUCKTE VERSION ZUR VERFÜGUNG.

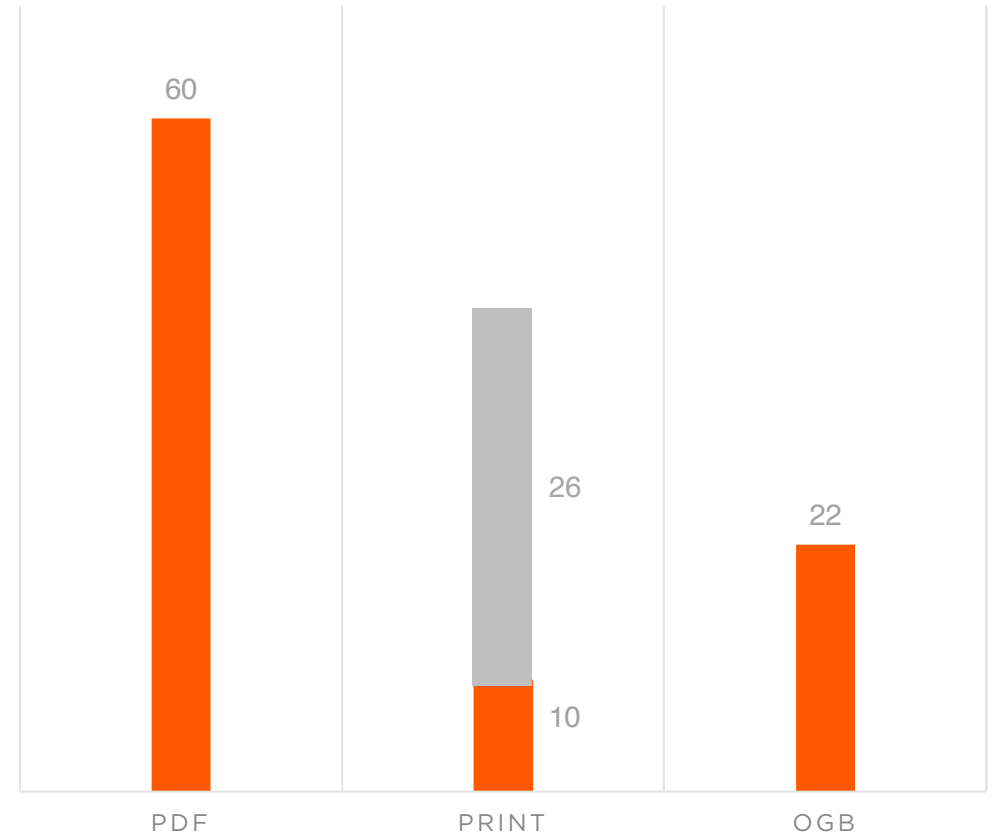
## Printauflagen in der Minderheit?

01

# Medienportfolio

- Einigkeit beim PDF:  
**Alle** Unternehmen bieten den Geschäftsbericht als PDF an. Das Format ist und bleibt somit Leitmedium für Geschäftsberichte.
- **Nur 10** MDAX-Unternehmen stellen aktiv ein Print-Exemplar ihres Geschäftsberichts bereit (offizielle Bestelloption)\*.
- Weitere **26** Unternehmen bieten eine Printversion an (auf telefonische Nachfrage), teilweise ausschließlich für interne Zwecke oder in geringer Auflage.
- Lediglich **22** Unternehmen veröffentlichen eine Online-Fassung ihres Geschäftsberichts.

## FORMATE DER GESCHÄFTSBERICHTE



53 von 60 Unternehmen setzen auf ein interaktives PDF. Einen Online-Geschäftsbericht erstellen hingegen nur 22 Unternehmen. Ein Großteil davon setzt auf Hybrid-Lösungen – nur Teile werden in HTML umgesetzt. Responsive Design ist hingegen Standard.

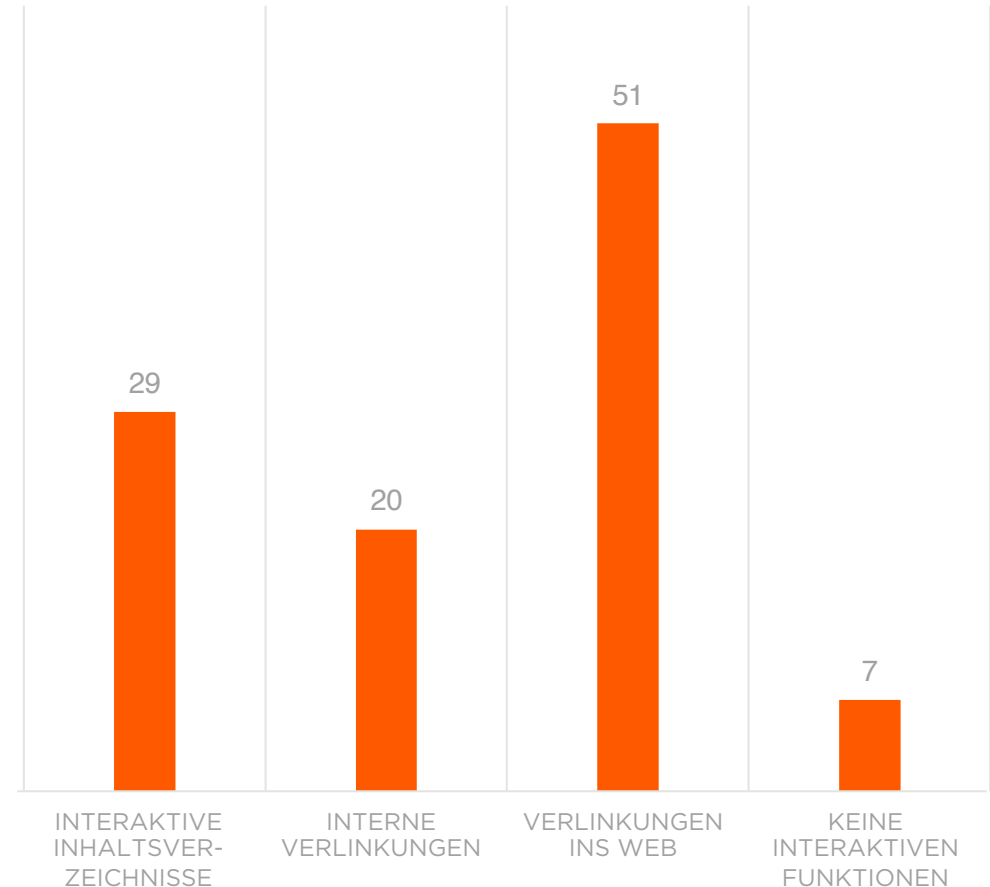
## PDF schlägt HTML

02

# Interaktive PDFs

- **53** von 60 PDF-Geschäftsberichten bieten interaktive Funktionen an
  - etwa durch direkte Verlinkungen. Damit reagieren die Unternehmen auf die Tatsache, dass das PDF zum Geschäftsbericht vorwiegend am Bildschirm gelesen wird.\*
- **29** PDF-Versionen der Geschäftsberichte enthalten ein verlinktes Inhaltsverzeichnis.
- **20** PDFs haben interne Verlinkungen.
- **51** bieten Verlinkungen ins Web.
- **7** haben keinerlei interaktive Funktionen.

INTERAKTIVE FUNKTIONEN DER PDF-GESCHÄFTSBERICHTE



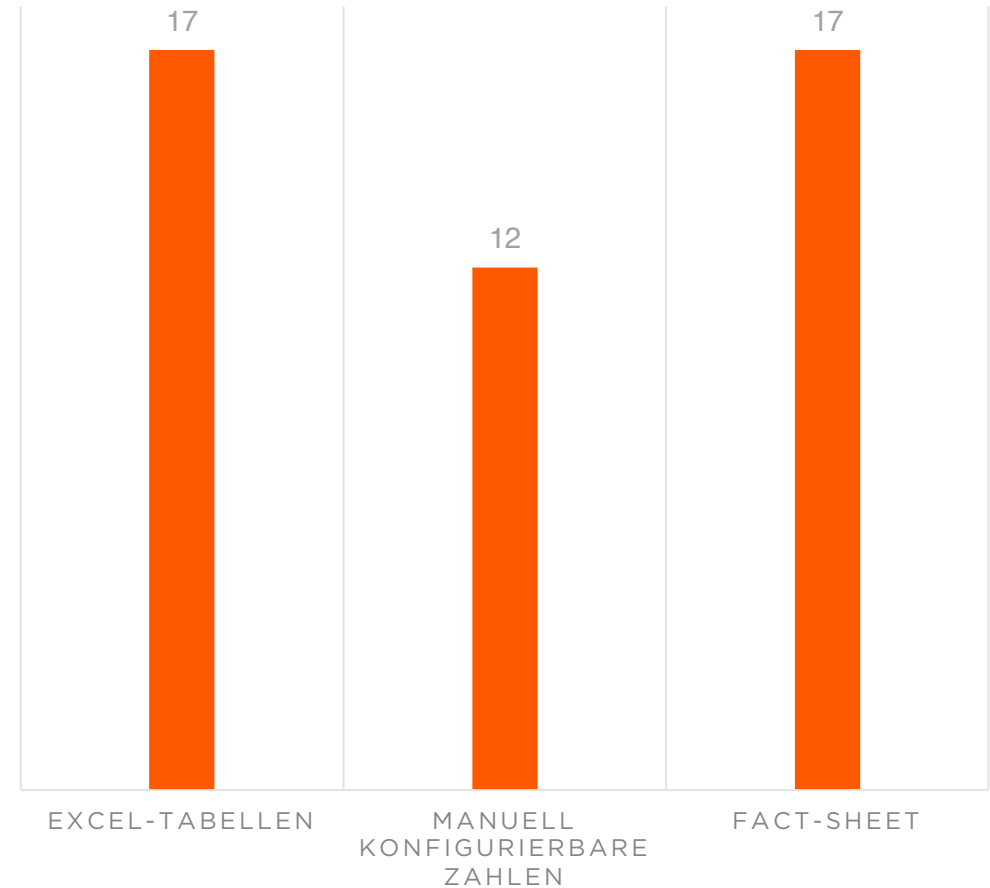
\*Mehrfachnennungen möglich

# Download- und Serviceoptionen

**33** Unternehmen bieten verschiedene Download- und Serviceoptionen im Rahmen ihres Geschäftsberichts an:

- **17** stellen Excel-Tabellen zum Download zur Verfügung.
- **12** bieten manuell konfigurierbare Zahlen zum Download an.
- **17** stellen darüber hinaus ihr Fact-Sheet zum Download bereit.

DOWNLOAD- UND SERVICEOPTIONEN

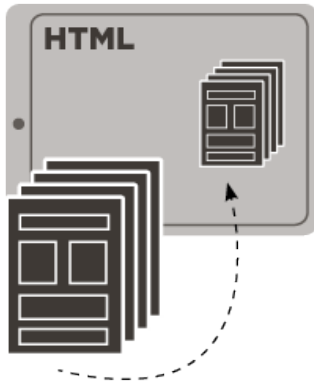


# Umsetzung der HTML-Geschäftsberichte

1

## FULL-HTML

Alle Inhalte des Berichts werden digital abgebildet und als HTML umgesetzt.

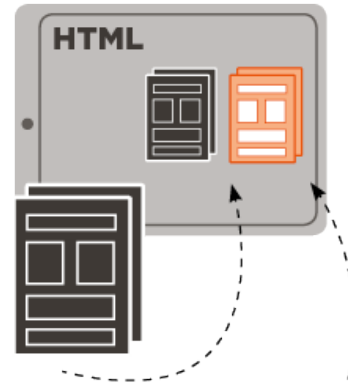


- \_ IMAGE
- \_ LAGEBERICHT
- \_ ABSCHLUSSBERICHT
- \_ ANHANG

2

## TEIL-HTML

Teile des Berichts werden als HTML umgesetzt, andere als PDF angeboten.



- \_ IMAGE
- \_ LAGEBERICHT



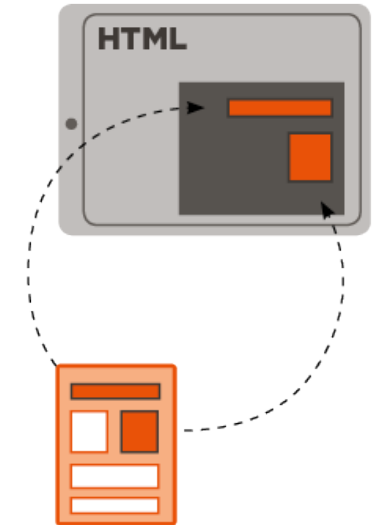
## PDF

- \_ ABSCHLUSSBERICHT
- \_ ANHANG

3

## HTML-SUMMARY

Ein Onepager kombiniert ausgewählte Inhalte als digitale Kurzfassung.



## PDF

- \_ IMAGE
- \_ LAGEBERICHT
- \_ ABSCHLUSSBERICHT
- \_ ANHANG

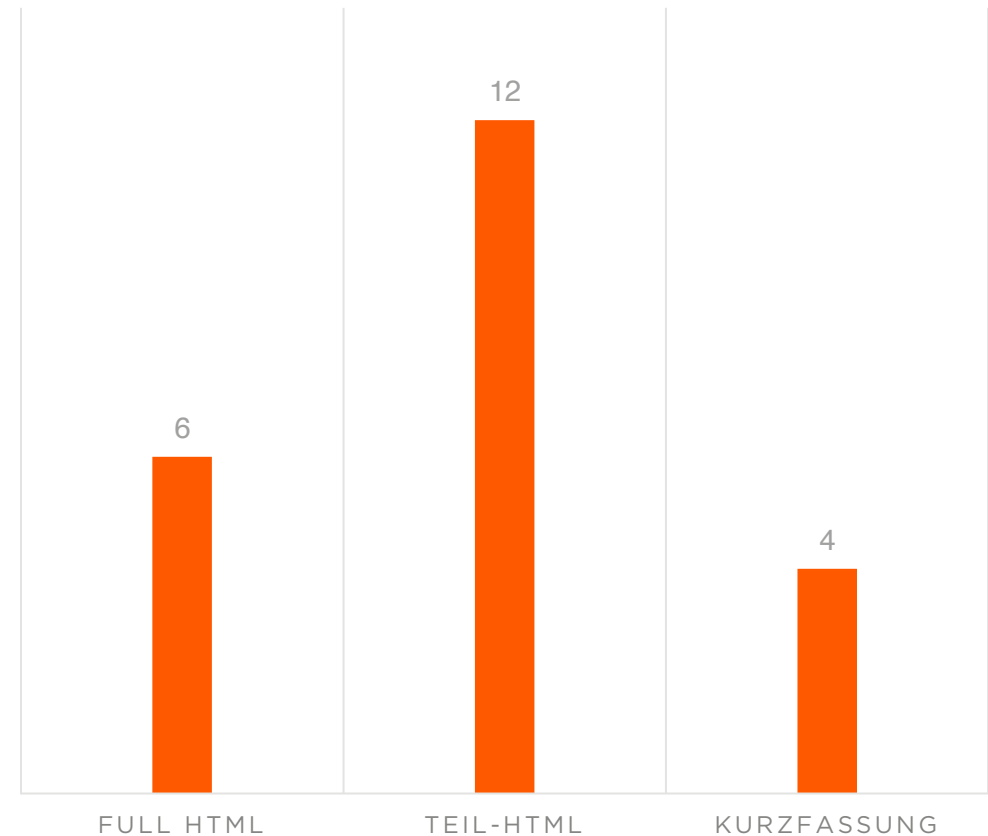


# Umsetzung der HTML-Geschäftsberichte

**22** Unternehmen veröffentlichen einen Online-Geschäftsbericht:

- **6** setzen auf Full-HTML: KION Group AG, RTL Group SA, Metro AG, Puma SE, Qiagen N.V., United Internet
- **16** bieten Hybrid-Formate an:
  - **12** Teil-HTML (Teile werden in HTML angeboten, der Rest als PDF): bspw. Zalando
  - **4** Kurzfassung (ein Onepager fasst die wichtigsten Inhalte als digitale Kurzfassung zusammen, alles Weitere gibt es als PDF): bspw. Siemens Healthineers AG

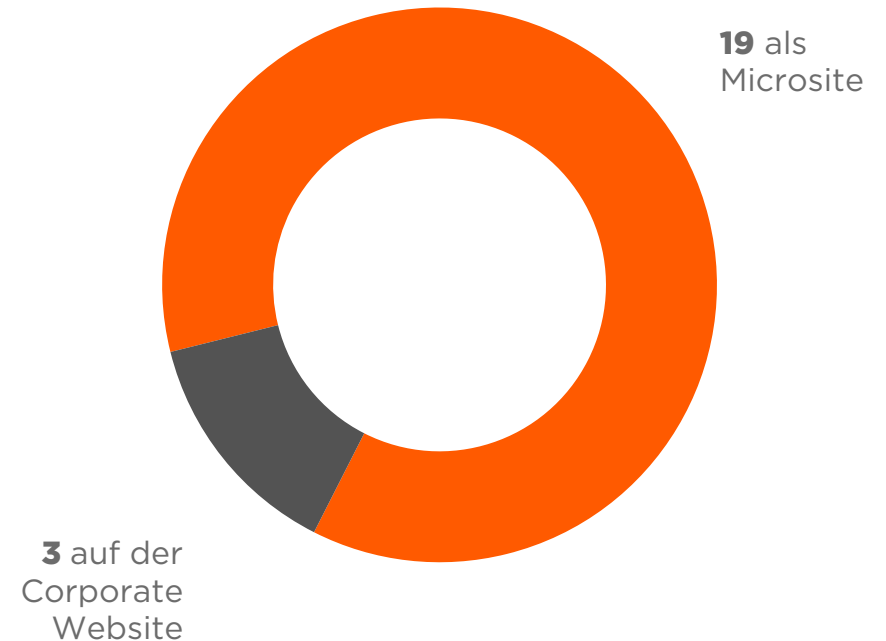
UMSETZUNG DER ONLINE-GESCHÄFTSBERICHTE



# Verortung des Online-Geschäftsberichts & Responsive Design

- Die meisten (**19**) Unternehmen veröffentlichen ihren Online-Geschäftsbericht als eigene Microsite.
- Nur wenige (**3**) binden ihn in die Corporate Website ein:  
GEA Group, Nemetschek, Siemens Healthineers
- **Alle** Unternehmen setzen dabei auf Responsive Design

UMSETZUNG DER ONLINE-  
GESCHÄFTSBERICHTE



ONLINE-GESCHÄFTSBERICHTE UND PDF

# Ausgewählte Beispiele

03

# RTL Group

- Full-HTML-Bericht: Lagebericht in HTML, Anhang als PDF- oder Excel-Download verfügbar

## DIRECTORS' REPORT

**FINANCIAL REVIEW 2019**  
 Detailed financial data for RTL Group is available in the 'Financial Review' section of the Annual Report 2019. The complete Annual Report 2019 can be found here as a PDF file catalogue.

### KEY PERFORMANCE INDICATORS

#### REVENUE

RTL Group achieved the net TV advertising revenue decrease by 21% in an increased volume of sales in other sales. The decrease of Advertising is due to the following:

A summary of RTL Group's key metrics is shown below, including performance of net TV advertising revenue growth rate and the contribution of other sales to total revenue.

	2019	2018	2017
Net TV advertising revenue	4,402	5,423	6,412
Other sales	2,199	1,502	1,102
<b>Total revenue</b>	<b>6,601</b>	<b>6,925</b>	<b>7,514</b>
Revenue change	-4.7%	-7.6%	-7.7%
Revenue per capita	11.70	12.49	13.47
Revenue per household	11.70	12.49	13.47
Revenue per employee	11.70	12.49	13.47
Revenue per square meter	11.70	12.49	13.47
Revenue per capita	11.70	12.49	13.47
Revenue per household	11.70	12.49	13.47
Revenue per employee	11.70	12.49	13.47
Revenue per square meter	11.70	12.49	13.47

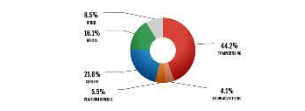
RTL Group's total revenue rose by 2.2 per cent to 6,601 million (2018: 6,925 million) resulting a growth rate of 1.1% over the prior year. The higher revenue from 'other sales' offset the decline in net TV advertising revenue. The net TV advertising revenue of 4,402 million is 67% of total revenue. The total revenue of 6,601 million is 100% of total revenue. The total revenue of 6,601 million is 100% of total revenue.



#### RTL GROUP REVENUE SPLIT

	2019	2018	Per cent
Total revenue	6,601	6,925	100.0
Net TV advertising	4,402	5,423	66.2
Other sales	2,199	1,502	23.8
Other sales as a percentage of net TV advertising	50.0	27.7	55.6

Revenue from net TV advertising decreased by 18.3 per cent to 4,402 million (2018: 5,423 million).



RTL Group's revenue is split across six regions, with 44.1 per cent from Germany, 21.6 per cent from France, 15.7 per cent from Austria, 8.1 per cent from Italy, 4.1 per cent from Spain, and 6.8 per cent from other regions.

#### REGIONAL REVENUE OVERVIEW

	2019	2018
Germany	2,912	3,042
France	1,428	1,492
Austria	1,042	1,062
Italy	512	532
Spain	212	232
Other	395	417

The following table shows the geographical distribution of revenue. The revenue is split across six regions. The revenue is split across six regions. The revenue is split across six regions.

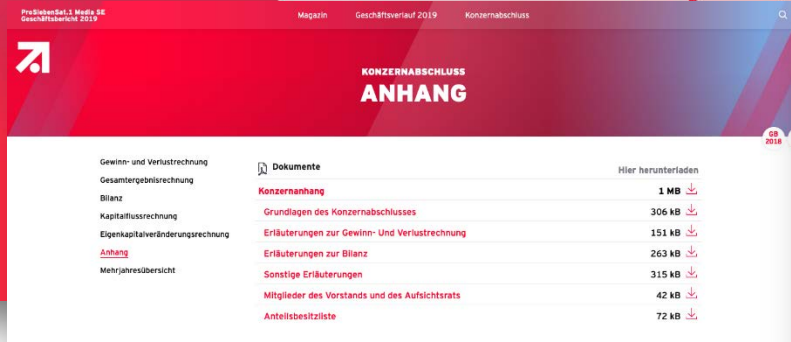
#### FINANCIAL DEVELOPMENT OVER TIME

	2019	2018	2017
Net TV advertising revenue	4,402	5,423	6,412
Other sales	2,199	1,502	1,102
<b>Total revenue</b>	<b>6,601</b>	<b>6,925</b>	<b>7,514</b>
Revenue change	-4.7%	-7.6%	-7.7%



# ProSiebenSat1 Media SE

- Teil-HTML-Bericht: Lagebericht und der Anhang stehen nur als Einzel-PDF-Download zur Verfügung



# Siemens Healthineers AG

- Kurzversion (Guided Tour): Website ohne weiterführende Links, nur Möglichkeit zum PDF-Download

The screenshot shows the Siemens Healthineers Corporate website. The main navigation includes 'About Us', 'Investor Relations', 'Compliance', and 'COVID-19'. The page features a search bar, a language selector (English), and a download button for the 'Geschäftsbericht 2019 Guided Tour' PDF. Below the navigation, there is a paragraph describing Siemens Healthineers as a global provider of solutions in the healthcare sector, followed by a section titled 'Zielerreichung für 2019' (Target Achievement for 2019) which highlights two key metrics: a 6% increase in sales and a 17.3% adjusted operating margin.

**6%**  
Umsatzwachstum auf vergleichbarer Basis

**17.3%**  
Ergebnismarge bereinigt um Personal-  
restrukturierungsaufwendungen

## Umsatz nach Regionen

Auf vergleichbarer Basis stieg der Umsatz in allen Regionen an

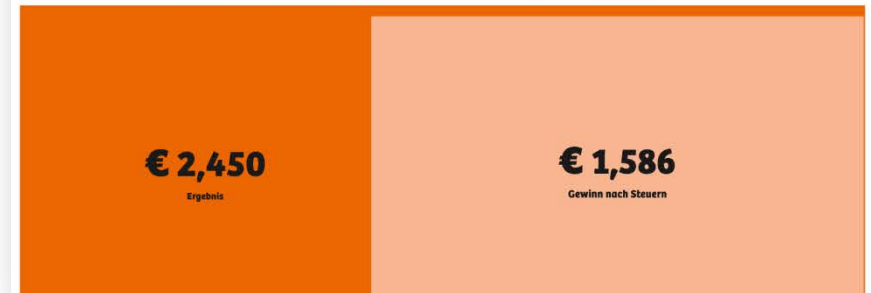


in Mrd. € (Umsatzwachstum auf vergleichbarer Basis)

Auf vergleichbarer Basis stieg der Umsatz in allen Regionen an; angetrieben durch ein sehr starkes Wachstum der Region Asien, Australien. Der starke Anstieg des vergleichbaren Umsatzes in EMEA wurde durch alle Segmente unterstützt, wobei Imaging und Advanced Therapies ein starkes Wachstum verzeichneten. In Amerika stieg der vergleichbare Umsatz stark an, insbesondere durch ein signifikantes Wachstum in Imaging sowie einen moderaten Anstieg in Advanced Therapies, teilweise aufgewogen durch einen leichten Rückgang in Diagnostics. In Asien, Australien stieg der vergleichbare Umsatz sehr stark an, insbesondere durch ein signifikantes Wachstum in Advanced Therapies und eine starke Entwicklung in Diagnostics und Imaging.

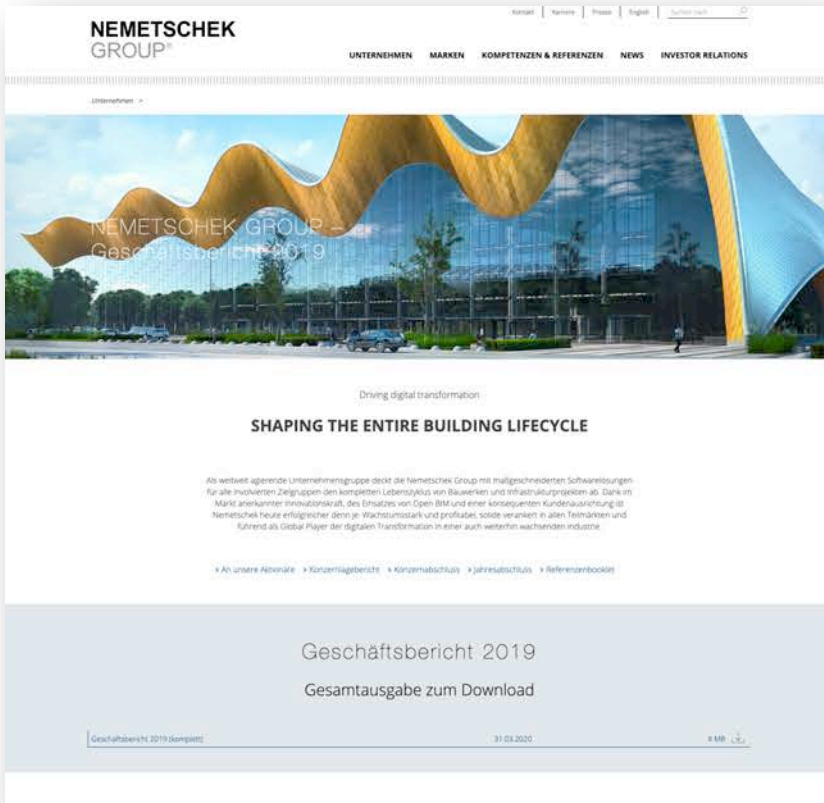
## Ergebnis und Gewinn

Ergebnis und Gewinn nach Steuern steigen an (in Millionen €).



# Nemetschek Group

- Kurzversion: einzelne PDF-Downloads zu allen Kapiteln des Geschäftsberichts inklusive Gesamtdownload



### Konzern-Lagebericht

Konzern-Lagebericht -gesamt	31.03.2020	2 MB
Grundlagen des Konzerns Nichtfinanzielle Erklärung Bilanzänderbericht Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf des Nemetschek Konzerns Chancen- und Risikobericht Prognosebericht 2020 Sonstige Angaben, Vergütungsbericht		

#### Grundlagen des Konzerns

Grundlagen des Konzerns -gesamt	31.03.2020	819 KB
Geschäftsmodell des Konzerns	31.03.2020	820 KB
Ein- und Erträge	31.03.2020	237 KB
Umsatzmehrmessung und -Anhang	31.03.2020	232 KB
Verstärkung und Erneuerung	31.03.2020	184 KB

#### Nichtfinanzielle Erklärung

Nichtfinanzielle Erklärung -gesamt	31.03.2020	
Grundlagen	31.03.2020	
Vorwissen Social Responsibility (SR) bei der Nemetschek Group	31.03.2020	
Wesentliche nichtfinanzielle Themen	31.03.2020	
Wesentliche Risiken	31.03.2020	
Die wesentlichen CSR Themen der Nemetschek Group	31.03.2020	

#### Wirtschaftsbericht

Wirtschaftsbericht -gesamt	31.03.2020	
Gesamtwirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen	31.03.2020	
Geschäftsverlauf 2019 und für den Geschäftsverlauf wesentliche Ereignisse	31.03.2020	
Erträge, Finanz- und Vermögenslage des Nemetschek Konzerns	31.03.2020	
Erträge, Finanz- und Vermögenslage des Nemetschek SI	31.03.2020	

#### Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf des Nemetschek Konzerns

Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf	31.03.2020	
-----------------------------------------------------------------------	------------	--

#### Chancen- und Risikobericht

Chancen- und Risikobericht	31.03.2020	
----------------------------	------------	--

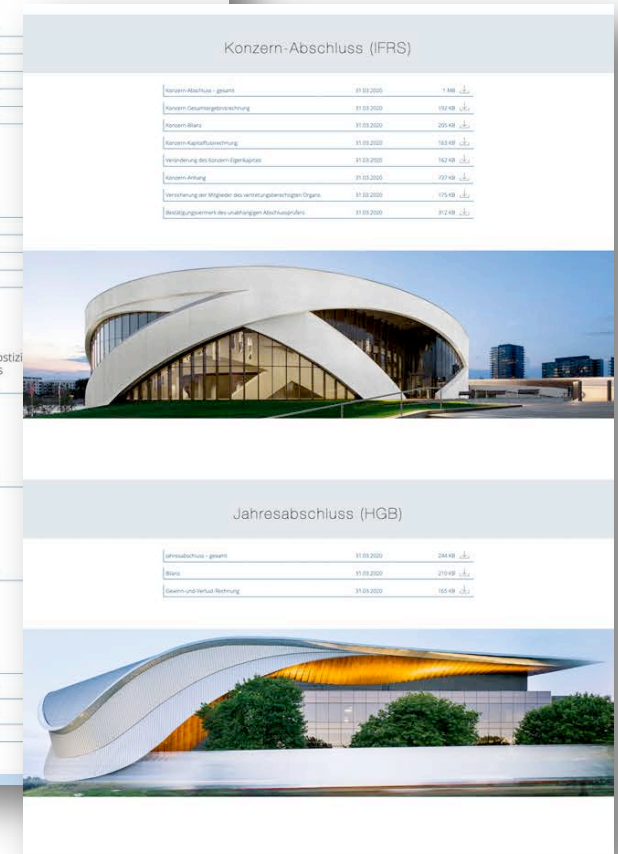
#### Prognosebericht 2020

Prognosebericht 2020	31.03.2020	
----------------------	------------	--

#### Sonstige Angaben, Vergütungsbericht

Sonstige Angaben, Vergütungsbericht -gesamt	31.03.2020	
Bericht zur Unternehmensbesteuerung und Erklärung zur Unternehmenseröffnung	31.03.2020	
Erweiterter Bericht des Vorstands zu dem Vergütung nach SRTR HGB und L37a HGB	31.03.2020	
Vergütungsbericht	31.03.2020	

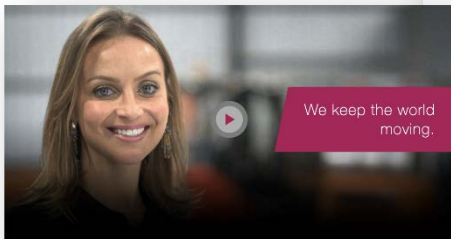






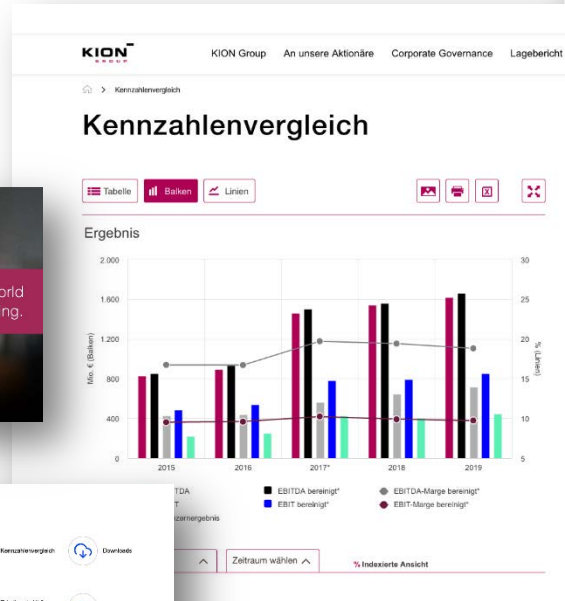
# KION Group AG

- Full-HTML-Bericht mit Rich-Media-Einbindung (Video, Animationen, interaktiver Kennzahlenvergleich)
- Umfassende Service-Funktionen
- Verweis auf Corporate Content Hub und Social-Media-Kanäle



Service Funktionen

- Bericht als PDF herunterladen
- Kennzahlenvergleich
- Download
- Archiv zur Finanzberichte
- Maßstab als XLS herunterladen
- News & Stories



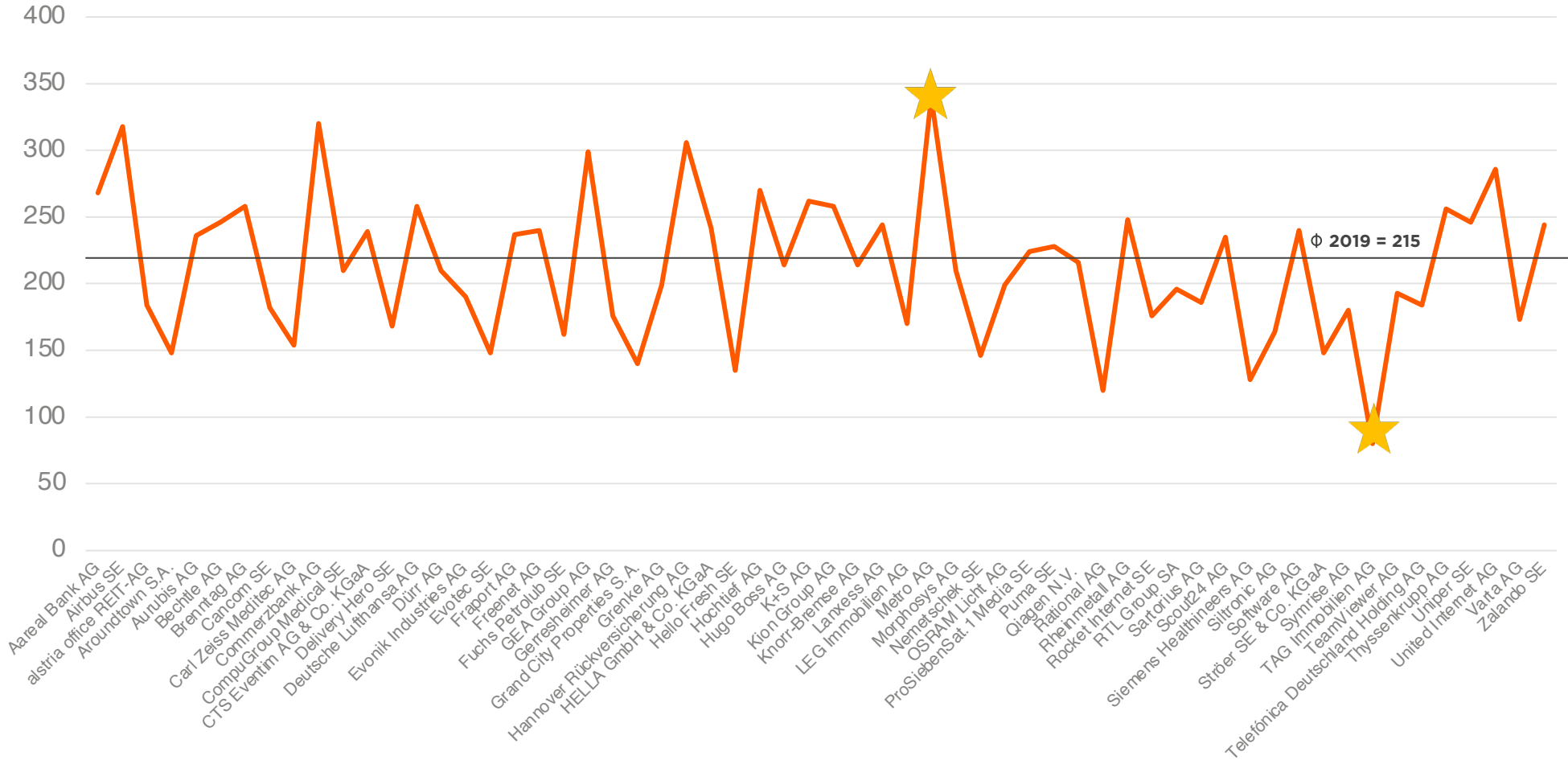
EIN GESCHÄFTSBERICHT HAT IM DURCHSCHNITT 215 SEITEN.  
DIE SPANNE REICHT DABEI VON 80 (TAG IMMOBILIEN) BIS 340 SEITEN (METRO).

## Manche mögen's ausführlich

04

# Umfang der Berichte

Ein Geschäftsbericht hat im Durchschnitt 215 Seiten, die Spanne reicht von 80 (TAG Immobilien AG) bis 340 Seiten (Metro).



36 UNTERNEHMEN VERZICHTEN KOMPLETT AUF EINLEITENDE WORTE DES CEO. KOMMT DER VORSTAND DOCH ZU WORT, NUTZEN DIE MEISTEN DEN KLASSISCHEN VORSTANDBRIEF.

## Wo sind die warmen Worte?

05

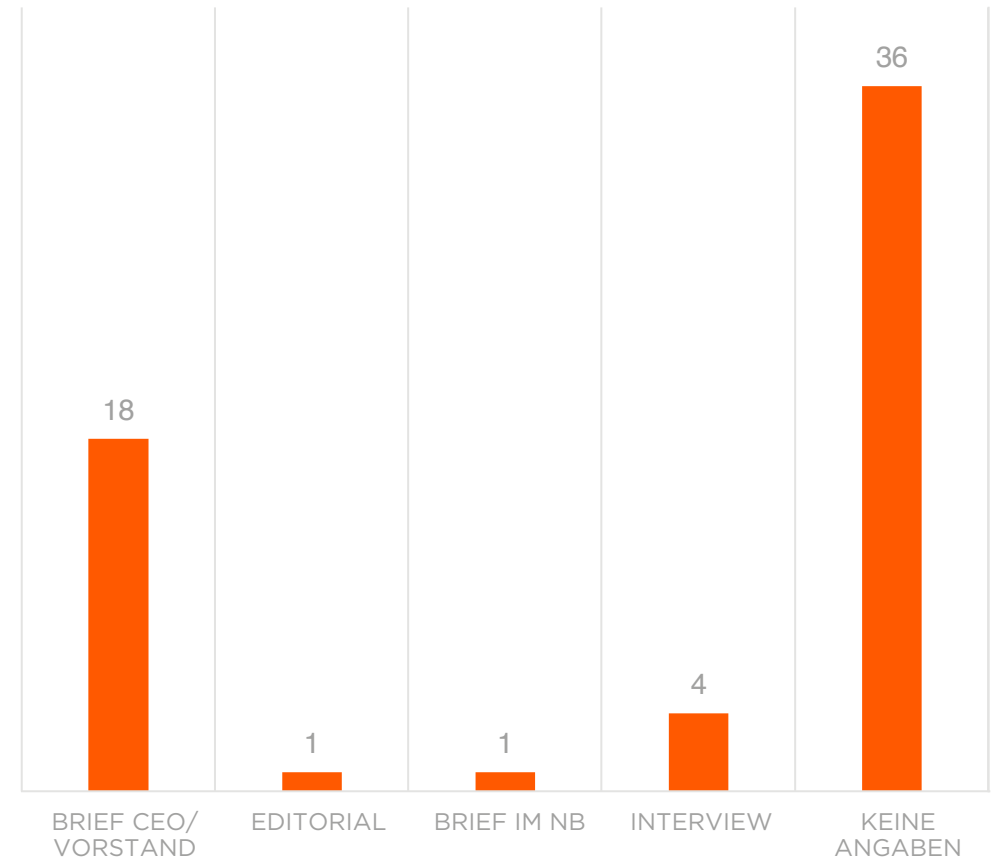
# Brief des CEO

Nur **24** Unternehmen lassen den CEO bzw. den Gesamtvorstand zu Wort kommen.

- Dabei dominiert der klassische Vorstandsbrief (**18**), der hauptsächlich vom Gesamtvorsand und nicht vom CEO allein unterschrieben wird.
- In einem Fall taucht der CEO nur im Nachhaltigkeitsbericht auf (**Aroundtown S.A.**). Ein weiteres Mal erhält er ein Editorial (**Symrise AG**).
- **4** Unternehmen befragen den CEO im Interview: **Airbus SE, Freenet AG, Gerresheimer AG, ProSiebenSat1 Media SE**.

**36** Unternehmen verzichten komplett.

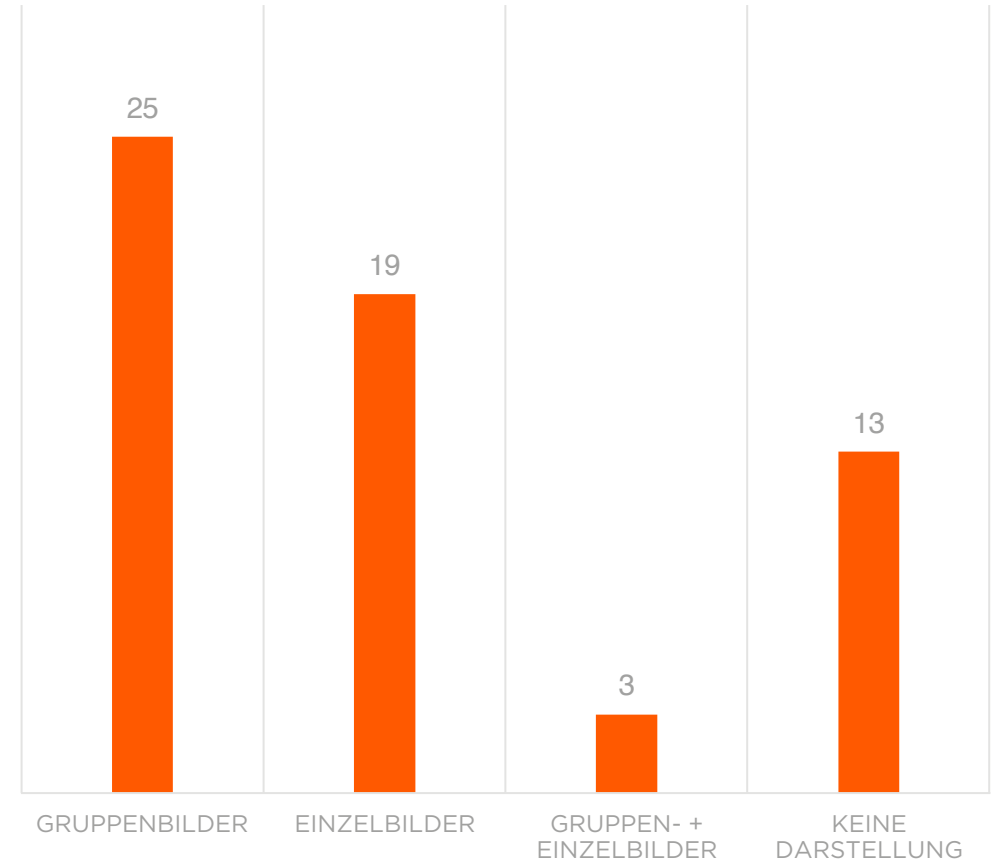
## CEO-/VORSTANDSSTATEMENTS



# Darstellung des Gesamtvorstands

- Der Großteil (**47**) stellt den Vorstand mit Fotos vor:
  - **25** Unternehmen nutzen Gruppenbilder (z. B. **Fraport AG**).
  - **19** Unternehmen entscheiden sich für Einzelbilder (z. B. **Software AG**).
  - **3** wählten eine Kombination aus beiden Varianten (**Fuchs Petrolub SE, Grenke AG, Metro AG**).
- Bei **13** erfolgt keine bildliche Darstellung des Gesamtvorstands.

## DARSTELLUNGSVARIANTEN



32 VON 60 MDAX-UNTERNEHMEN NUTZEN SOCIAL MEDIA, UM AUF IHREN  
ONLINE-BERICHT AUFMERKSAM ZU MACHEN.

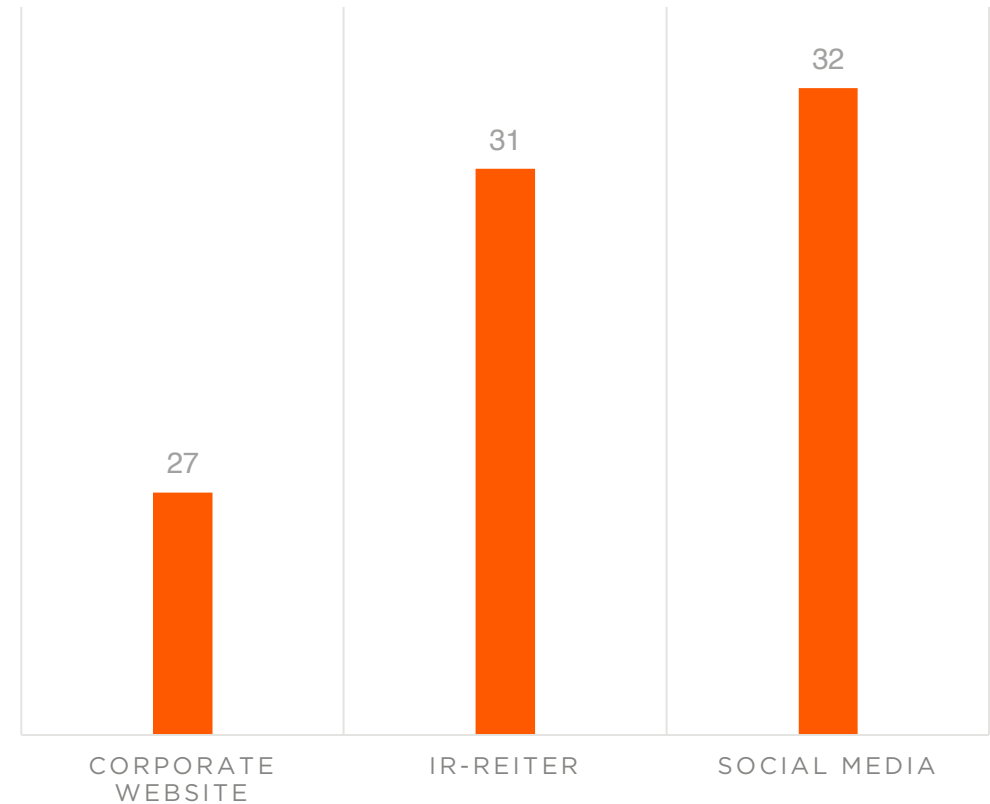
## **Noch Potenzial bei Social-Media- Vermarktung**

**06**

# Vermarktungswege online

- **41** Unternehmen verfolgen eine Online-Vermarktungsstrategie. Etwa die Hälfte aller Unternehmen nutzt Social Media, um ihre Reports zu promoten. Querverweise auf der Corporate Website setzten 27 Unternehmen ein. \*
- **27** Unternehmen weisen auf den Geschäftsbericht auf der Homepage ihrer Corporate Website hin.
- Bei **31** Unternehmen findet man den Geschäftsbericht über den IR-Reiter.
- **32** weisen zusätzlich über ihre Social-Media-Kanäle auf ihren Geschäftsbericht hin.

## VERMARKTUNGSSTRATEGIE ONLINE



\*Mehrfachnennungen möglich



FAST DIE HÄLFTE DER UNTERNEHMEN NUTZT DEN GESCHÄFTSBERICHT, UM IMAGE-INHALTE ZU TRANSPORTIEREN. DIE MEHRZAHL SETZT DABEI AUF IMAGESTRECKEN ZU BEGINN DES BERICHTS, NUR 5 UNTERNEHMEN VERÖFFENTLICHEN EIN SEPARATES ANNUAL.

## Der Geschäftsbericht als Imagemedium?

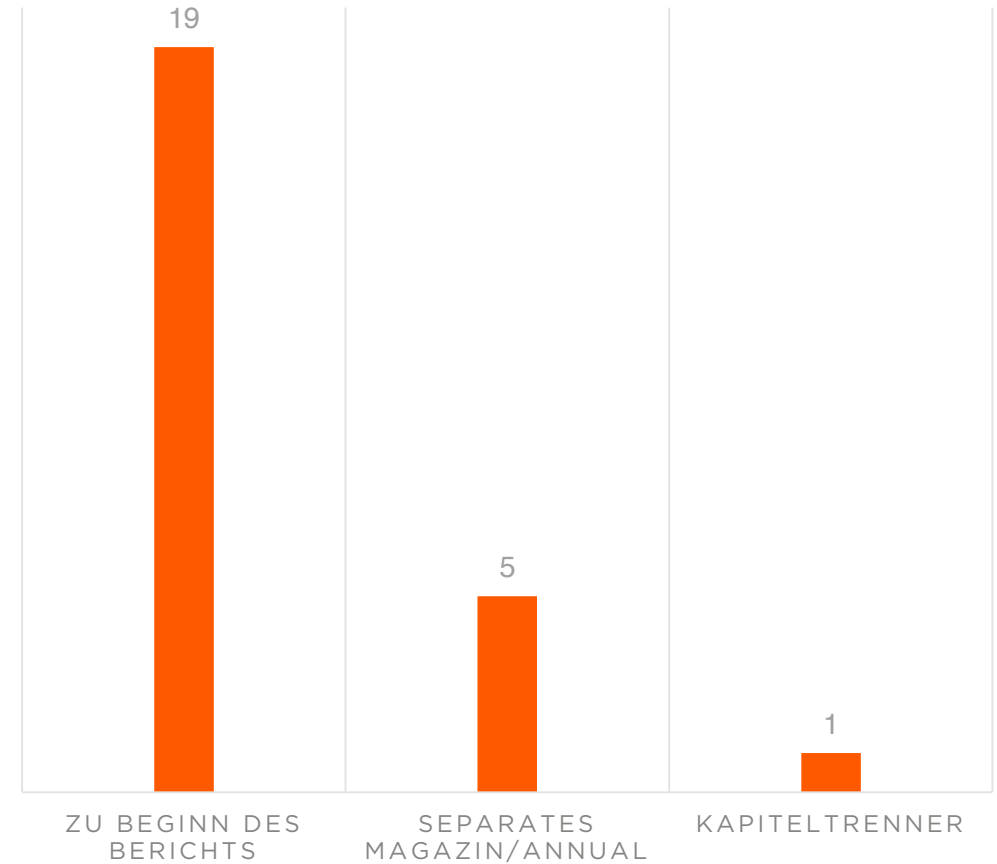
07

# Image-Content im Geschäftsbericht

**25** Unternehmen nutzen den Geschäftsbericht, um Image-Inhalte zu platzieren\*:

- **19** Unternehmen bilden die Image-Inhalte zu Beginn des Berichts ab.
- **5** setzen auf ein separates Magazin/Annual.
- **1** Unternehmen nutzt Kapiteltrenner.

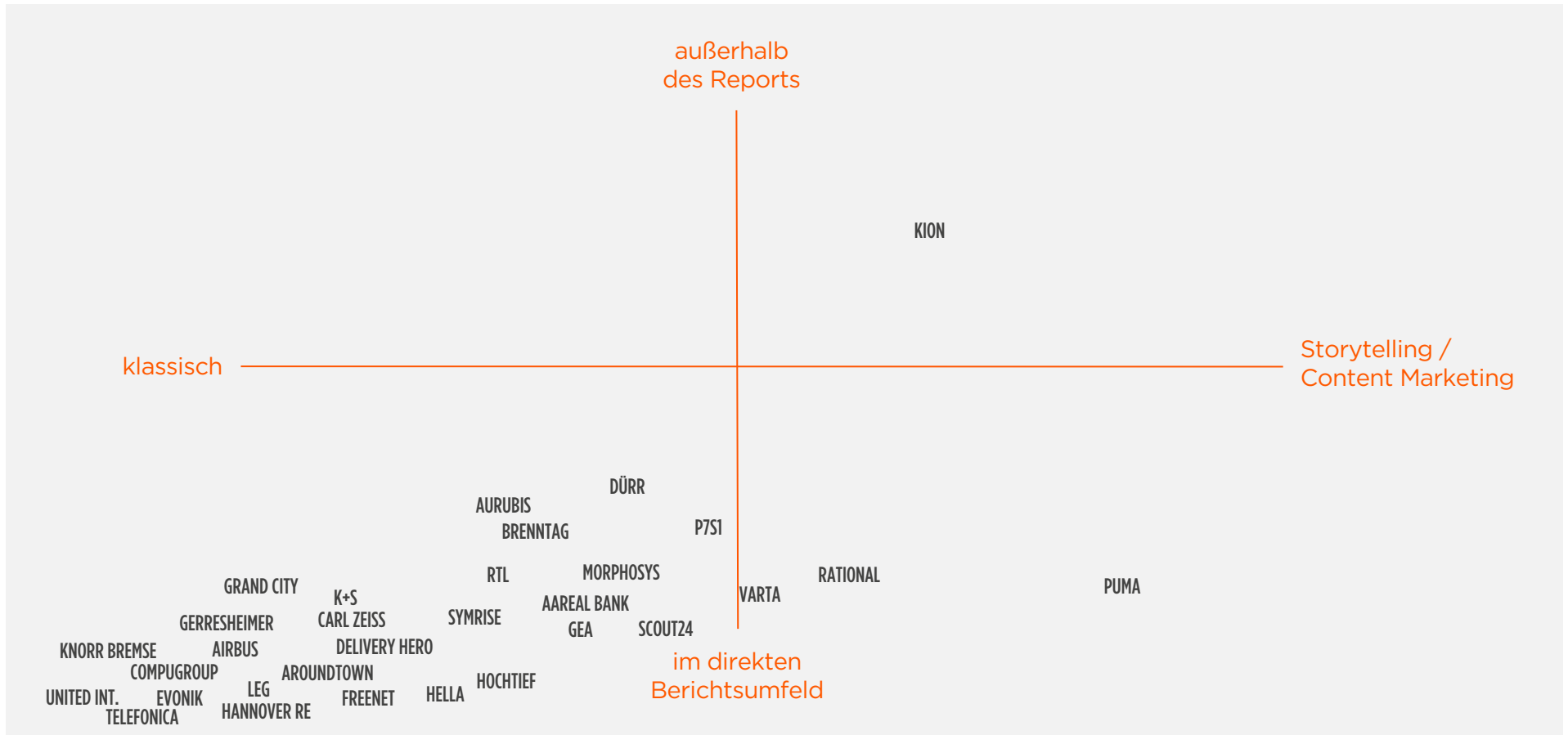
VERORTUNG IMAGE-CONTENT



\*Gezählt wurden nur Imageteile mit mehr als 5 Seiten.

# Verortung des Image-Contents

- Die überwiegende Mehrheit der Reports verortet Image-Seiten zu Beginn des Berichts.
- Dabei dominiert eine klassische Darstellung von Kennzahlen, Strategie und Zielen.
- Storytelling-Ansätze, die über die reine Business-Ebene hinausgehen, sind selten.
- Nur KION verweist in seinem Bericht auf das Corporate Content Hub.



37 UNTERNEHMEN VERZICHTEN AUF EIN JAHRESMOTTO BZW. SETZEN NEBEN DEM GESCHÄFTSJAHR NUR DEN UNTERNEHMENSCLAIM AUF DEN TITEL.

## Lieber ohne Motto

08

# Berichtsmottos (23/60)

1. Aareal Bank AG	<b>Prepared for tomorrow</b>	13. KION Group AG	<b>SHAPING THE FUTURE</b>
2. Airbus SE	<b>Pioneering sustainable aerospace – resilience and responsibility</b>	14. Knorr-Bremse AG	<b>DRIVING RESPONSIBILITY</b>
3. Aurubis AG	<b>RE/SHAPE THE FUTURE</b>	15. LEG Immobilien AG	<b>Wohnen. Lebenswert, einfach gut.</b>
4. Bechtle AG	<b>GESICHERT WACHSEN.</b>	16. Metro AG	<b>WHOLESALE 360</b>
5. Brenntag AG	<b>FASZINATION VIELFALT</b>	17. Nemetschek SE	<b>Driving digital transformation SHAPING THE ENTIRE BUILDING LIFECYCLE</b>
6. Carl Zeiss Meditec AG	<b>Seeing beyond</b>	18. ProSiebenSat.1 Media SE	<b>PASSIONATE CREATORS</b>
7. Delivery Hero SE	<b>IMMER EIN HERAUSRAGENDES ERGEBNIS LIEFERN</b>	19. Puma SE	<b>PREPARE TO PERFORM</b>
8. Deutsche Lufthansa AG	<b>NACHHALTIG WERT SCHAFFEN</b>	20. Rational AG	<b>EINFACH machen.</b>
9. Dürr AG	<b>DRIVING CHANGE</b>	21. Scout24 AG	<b>Make it happen.</b>
10. Evotec SE	<b>OPENING NEW DOORS</b>	22. Symrise AG	<b>Starke Wurzeln, neue Wege</b>
11. Gerresheimer AG	<b>UNSER FUNDAMENT FÜR WACHSTUM</b>	23. Varta AG	<b>Typisch deutsch.</b>
12. HELLA GmbH & Co.KGaA	<b>360° ELEKTRISIERT</b>		

90 PROZENT DER UNTERNEHMEN AUS DEM MDAX STELLEN EINEN NACHHALTIGKEITSBERICHT ZUR VERFÜGUNG.

## Nachhaltigkeit ist keine Kür mehr

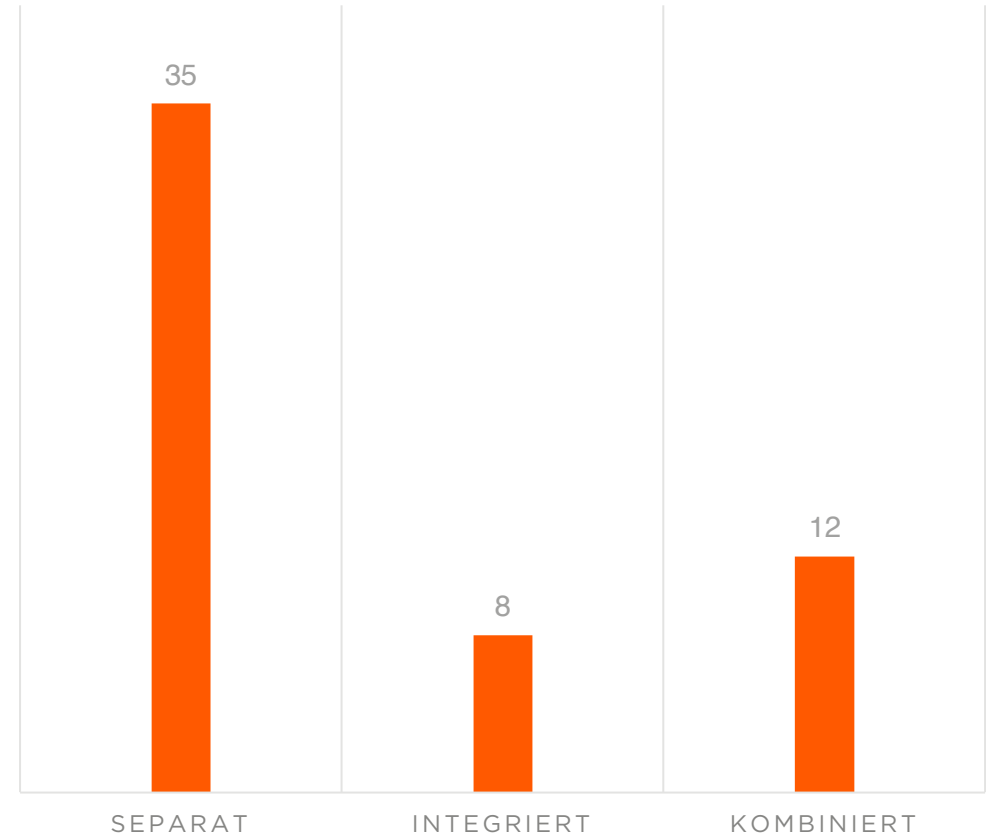
09

# Nachhaltigkeit

**55** von 60 MDAX-Unternehmen stellen einen Nachhaltigkeitsbericht zur Verfügung. Davon berichten:

- **35** separat mit gesondertem Nachhaltigkeitsbericht bzw. CR-Bericht
- **8** integriert
- **12** kombinieren und handeln die Nachhaltigkeitsthemen als Kapitel innerhalb des Geschäftsberichts ab.

VERORTUNG NACHHALTIGKEITSBERICHT



EIN AUSBLICK

# Aktuelle Trends

10

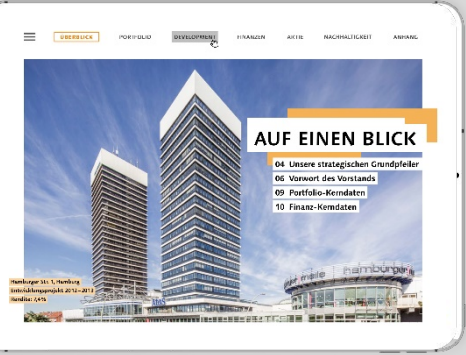




## Downloads, Links & Co.: Interaktive PDFs auf dem Vormarsch

Das PDF bleibt Leitmedium in Sachen Geschäftsbericht: Alle Unternehmen bieten ein PDF zum Download an. Dabei sind interaktive Elemente im Kommen: Fast alle nutzen Verlinkungen ins Web, auf die eigene Website oder innerhalb des Inhaltsverzeichnis. Mehr als die Hälfte setzt darüber hinaus auf verschiedene Download- und Serviceoptionen. Damit werden die Firmen der Tatsache gerecht, dass Geschäftsberichts-PDFs in der Regel in digitaler Form am Bildschirm genutzt werden. Einen HTML-Bericht nutzt hingegen nur rund ein Drittel der Unternehmen aus dem MDAX – der Großteil davon in Form eines Teil-HTML-Berichts. Print sind es sogar nur 10 Unternehmen, die aktiv einen Printbericht zur Verfügung stellen.

Die Unternehmen erkennen also, dass sie online präsent sein und den Erwartungen der digitalen Leserschaft via Links und Co. gerecht werden müssen – scheuen aber vor dem Aufwand eines HTML-Berichts zurück. Damit unterscheiden sie sich maßgeblich von den Dax30-Unternehmen – hier erstellen inzwischen mehr als 70 Prozent einen HTML-Geschäftsbericht.



# Trend #2

## 50/50: Keine klare Richtung in Sachen Image

Hat der Geschäftsbericht als Imagemedium ausgedient? Darüber herrscht bei den MDAX-Unternehmen offensichtlich Uneinigkeit. Knapp die Hälfte der Unternehmen nutzt den Geschäftsbericht, um Image-Inhalte zu transportieren\*. Dabei reicht die Spanne von umfangreichen Imagestrecken wie bei Symrise (89 Seiten) oder wie bei Brenntag im Magazinformat (52 Seiten) – inklusive aufwendiger Schaubilder, Reportagen und Interviews – bis hin zu Mini-Imagecontent wie bei Evonik oder Lanxess. Diese schalten dem Finanzteil jeweils ein paar wenige Seiten vor, um das Unternehmen kurz und knapp zu präsentieren. Ein separates Magazin/Annual setzen sogar nur 5 Unternehmen ein.

Bei den Dax30-Unternehmen zeigt sich bereits, dass die Bedeutung des Geschäftsberichts als Imagemedium eher abnimmt und Reporting-Aufgaben stärker in den Fokus rücken. Die Zukunft wird zeigen, ob sich diese Entwicklung auch bei den MDAX-Unternehmen abzeichnet. Erste Hinweise in diese Richtungen gibt es bereits: Unternehmen wie Zalando, die in der Vergangenheit mit aufwendigen Imagekonzepten Furore gemacht haben, verzichten inzwischen nahezu ganz auf Image-Inhalte im Rahmen des Geschäftsberichts.

\*Gezählt haben wir Imagestrecken ab 5 Seiten (ohne Cover, Inhaltsverzeichnis und Vorstandsbrief.)



# Trend #3

REPUTATION

REPUTATION



Wir sind mit unserer Multi-Metall-Strategie noch weiter auf dem richtigen Weg! Und wir werden sie weiter umsetzen.

DAS TOPTHEMA NÄCHSTLICHKEIT BEEINFLUSST DIE INVESTITIONSENTSCHEIDUNGEN UNSERER KUNDEN IMMER STÄRKER.

## Warme Worte: Wo bleibt der CEO?

Vertane Chance oder Verzicht auf Unwichtiges? Der Vorstandsbrief als fester Bestandteil des Geschäftsberichts hat offensichtlich ausgedient. Nur ein gutes Drittel der Unternehmen lässt den Vorstand zu Beginn des Geschäftsberichts zu Wort kommen. Dabei galt der Brief lange als klassische Berichteröffnung – und ist es zum Teil noch heute. Zum Vergleich: Bei den Dax-30-Unternehmen kommt der CEO in fast allen Geschäftsberichten zu Wort – meist in Form eines klassischen Vorstandsbriefs.

Kommt der Vorstand dann doch vor, so nutzen auch die Unternehmen aus dem M-Dax in der Regel den klassischen Vorstandsbrief als Format. Absender ist dabei meist der Gesamtvorstand – selten der CEO allein. Interviews mit dem Vorstand veröffentlichen hingegen nur 4 Unternehmen.



Zusammen mit allen Aurubis-Mitarbeitern wollen wir als Vorstandsteam die Zukunft in eine erfolgreiche Zukunft führen.

„Speziell im Recycling sehe ich größte Chancen für Aurubis“



# Schnellvergleich MDAX und DAX-30

MDAX		DAX-30
36,6 %	ANTEIL ONLINEBERICHTE?	70,0 %
16,6 %	ANTEIL PRINTBERICHTE (AKTIV BEREITGESTELLT)?	23,3 %
41,6 %	IMAGETEIL ODER NICHT?	40,0 %
40,0 %	VORSTANDSWORTWORT VORHANDEN?	90,0 %
58,3 %	EIGENSTÄNDIGER NACHHALTIGKEITSBERICHT?	70,0 %

## Digitaler Nachholbedarf

Insgesamt herrscht der Eindruck vor, der deutsche Mittelstand ist kommunikativ etwas zugeknöpft. Zwar nutzen auch nicht mehr DAX-Konzerne ihre Berichte für Image-Kommunikation; sie erweisen den Aktionären aber immerhin die Ehre durch eine Adresse des Vorstands. Und sie nehmen den Kommunikationsbedarf ihrer Stakeholder ernst, indem sie sowohl mehrheitlich einen Nachhaltigkeitsbericht vorlegen als auch den digitalen Lesegewohnheiten durch einen Online-Bericht entgegenkommen.

# Facts & Figures



TEIL DES NETZWERKES VON:  
**VRM**  
Wir bewegen.



# Eine neue Zeit braucht eine neue Art von Agentur.

Wir verbinden kreative Unternehmenskommunikation mit dem Potenzial leistungsfähiger Technologieplattformen.

# DAX

30 % aller DAX-Unternehmen setzen auf MPM



# 100+

Kunden in ganz Deutschland, Luxemburg und Österreich



OWNER-MANAGED



# 1.440+

User im Redaktionssystem MPM Online Publisher: Immer mehr Unternehmen setzen bei der Erstellung ihres Geschäftsberichts auf unser Redaktionssystem.



EST. 2000 IN MAINZ



adidas



BASF  
We create chemistry

BB Bank

BENTELER

BG ETEM  
Energie Textil Elektro  
Medienerzeugnisse

Boehringer  
Ingelheim

BRENTAG

CECONOMY

Continental



DECHEMA

DIEHL  
Aviation

Dräger

euromicron  
Aktien-Gesellschaft

Finanzgruppe



FRESENIUS  
MEDICAL CARE

FriedWald  
Die Bestattung in der Natur

GDCh  
GESELLSCHAFT  
DEUTSCHER CHEMIKER

GENERALI  
Investments

hamborner  
REIT  
ZUKUNFT BRAUCHT SUBSTANZ

hannover re

HanseMerkur  
Versicherungsgruppe

HAW  
HAMBURG



Heraeus

HOCHSCHULE MAINZ  
UNIVERSITY OF  
APPLIED SCIENCES

HSBC Trinkaus

ING

InterRisk  
VIENNA INSURANCE GROUP

KanAm  
Grund

KION  
GROUP

KLETTGRUPPE

Lekkerland

Lohmann  
The Bonding Engineers

Lufthansa Cargo

mainova

MünchenerHyp

NORMA  
GROUP

OSRAM

R+V

RWE

SANOFI

sartorius

SCHAEFFLER

SES

SIEMENS  
energy

software AG

Sparkassen  
Versicherung

STABILUS

STADA

SÜDZUCKER

TARGO BANK

TeamBank



VBG  
Ihre gesetzliche  
Unfallversicherung

VDMA

vivoryon  
therapeutics

zalando

Unsere Kunden

# Unsere Awards



## KONTAKT

**Ralf Firle**

Teamleitung Marketing und Vertrieb

**T** +49 6131 95 69-1366/266

**F** +49 171 308 02 01

**E** [r.firle@mpm.de](mailto:r.firle@mpm.de)



© 2020 MPM Corporate Communication Solutions Media Process Management GmbH

Die in dieser Präsentation erarbeiteten Inhalte und Ideen sind geistiges Eigentum von MPM<sup>2</sup> und unterliegen den geltenden Urheberrechtsgesetzen.

Die ganze oder teilweise Vervielfältigung sowie jede Weitergabe an Dritte ist ohne vorheriges Einverständnis des Urhebers nicht gestattet.