
IHR GESCHÄFTSBERICHT: WOLLEN. MÜSSEN. SOLLEN. KÖNNEN.

Mehr Wert auf Mehrwert legen.

Ein Hamburger kann eine Qual sein – oder ein kulinarisches Ereignis. In jedem Fall gibt es einiges zu verdauen. Nicht anders geht es mit einem Geschäftsbericht: Nach drei Minuten bleiben entweder ein schaler Nachgeschmack oder Lust auf mehr!

Neben den Aktionären sind Kunden, Lieferanten und Partner wichtige Anspruchsgruppen für Ihren Geschäftsbericht. Nirgendwo können sie sich besser über die wirtschaftliche Lage Ihrer Organisation informieren und nirgendwo hat Ihr Unternehmen eine bessere Möglichkeit, sich durch zusätzliche Informationen positiv und glaubwürdig darzustellen.

Beachten Sie auch die Innenwirkung auf potenzielle und bestehende Mitarbeitende: Ein guter Geschäftsbericht ist online ein Akquise-Instrument für neues Personal («Da würde ich gerne arbeiten!») oder liegt zu Hause auf dem Küchentisch («Schau, da arbeite ich!»). Auch wenn Sie das meiste schon wissen werden: Zweimal kapiert ist besser als keinmal gehört.

Wollen.

Die erste Pflicht: Wissen, was man will!

- _ Sagt der Geschäftsbericht das aus, was das Unternehmen aussagen möchte? (Vision des Managements, punktgenaue Definition der Kernaussage und ihr punktgenaues Kommunizieren)
- _ Informationsorientierte und imageorientierte Bestandteile unterscheiden, beide stützen aber die Kernaussage!

Müssen. Sollen. Können.

Wie ist ein Geschäftsbericht aufgebaut? Während die Gliederung des Abschlusses und des Anhangs gesetzlich vorgeschrieben ist, gibt es für den Aufbau des gesamten Berichts keine fixen Vorgaben.

Das folgende Schema kann aber bei der Gliederung eines Geschäftsberichts helfen.

Muss:

- _ Corporate Governance (Common Sense der Investoren – Common Horror des Managements ...)
- _ Lagebericht: Relevante Informationen, verständlich und strukturiert aufbereitet, mit der Möglichkeit zur Vertiefung dort, wo es Sinn macht.
- _ Jahresabschluss und Bilanz
- _ Anhang
- _ Bestätigungsvermerk
- _ Impressum

Soll:

- _ Umschlagseiten / Titel (Geschäftsbericht 201X, Thema)
- _ Kennzahlenübersicht (nicht zwingend, aber wenn, dann mit Vergleichszahlen Vorjahr)
- _ Inhaltsverzeichnis
- _ Brief des Vorstands
- _ Vorstellung des Managements
- _ Bericht des Aufsichtsrats / Verwaltungsrats
- _ Imageteil (Storytelling)
- _ Aktie und Wert-Management
- _ Mitarbeitende (keine Pflicht, aber guter Ton)
- _ Finanzkalender (kurze Auflistung der wichtigsten Termine für das neue Geschäftsjahr)
- _ Organigramm

Kann:

- _ Umschlagseiten, Mission-Statement
- _ Strategie (kompakt, separat, ausserhalb des Lageberichts)
- _ Highlights (Doppelseite mit Highlights des Geschäftsjahres für Schnell-Leser)
- _ Glossar
- _ Ihre und unsere Ideen, erfahren Sie mehr:
<http://artmax.swiss/kommunikations-design>