

Ein Aufsteiger macht

Am Schweizer Geschäftsberichte-Rating 2015 gewinnt Holcim vor Swiss Re und Geberit.

PLATZ 1: HOLCIM



PLATZ 2: SWISS RE



PLATZ 3: GEBERIT



DIE GEWINNER IN DER ÜBERSICHT

Gesamtsieger Geschäftsberichte der Schlussjury

Platz 1: Holcim
Platz 2: Swiss Re
Platz 3: Geberit

Kategorie Design (Online und Print)

Platz 1: Implenia
Platz 2: Valora
Platz 3: Geberit

Kategorie Value-Reporting (Online und Print)

Platz 1: Swisscom
Platz 2: Credit Suisse
Platz 3: Straumann

Aufsteiger des Jahres

Gesamtwertung: Sonova
Design: HIAG
Value Reporting: BEKB

Am diesjährigen Rating-Event vom 17. September im Forum St. Peter der Credit Suisse holt sich in der Gesamtwertung Holcim Gold vor Swiss Re (Silber) und Geberit (Bronze). Die Kategorie Design wird von Implenia gewonnen, dahinter liegen Valora und Geberit. In der Kategorie Value-Reporting liegt zum vierten Mal in Folge Swisscom vorne, vor Credit Suisse und Straumann. In der Kategorie Aufsteiger des Jahres gewinnt Sonova in der Kategorie Gesamtwertung, HIAG im Bereich Design und die BEKB im Value-Reporting.

Holcim überzeugt durch sein Design

Mit Holcim ist ein Unternehmen auf Gesamtplatz 8 rangiert, das letztes Jahr gestalterisch noch nicht zu punkten vermochte. Holcim hat seine Berichterstattung konzeptuell weiterentwickelt und sowohl den Online- als auch den Printbereich gestalterisch aufgefrischt. Gekonntes Design, gut organisierte und narrativ inszenierte Inhalte, übersichtliche Diagramme sowie eine zeitgemässe Bildsprache zeichnen den gelungenen Auftritt aus.

Bei den gedruckten Berichten nehmen die ersten 10 Plätze ein: Implenia, Valora, Geberit, Bachem,

Die Post, Kuoni, HIAG Immobilien, Nestlé, Barry und die Aargauische Kantonalbank. Bei der Kategorie Online stieg Letztjahressieger Valiant auf Rang 2 ab und verliert Rang 1 an Implenia (Vorjahr 5). Während sich Implenia, Valiant und Geberit behaupten können, steigen alle anderen letztjährigen Top-10-Kandidaten – Kuoni, Clariant, AFG, PubliGroupe, Basellandschaftliche Kantonalbank, Swisscom und die Liechtensteinische Landesbank – ab.

Als Newcomer platziert sich Bachem mit dem neu konzipierten Online-Auftritt auf Platz 7, und Holcim steigt direkt auf Platz 9. Die Ränge 4 bis 10 besetzen Firmen, die im Vorjahr bereits in die Top 25 gelistet wurden; sie konnten ihre Auftritte behaupten und weiterentwickeln.

Hans-Peter Nehmer, Vorstandsmitglied im HarbourClub und Präsident der Gesamtjury, meint zum Geschäftsberichte-Jahrgang 2014: «Alle Unternehmen der Spitzengruppe eint der Wille, sich ständig zu verbessern. Ihre Unverfälschtheit lässt sich auf vier Ebenen nachweisen. In der Sprache, in der Art, das Geschäftsmodell darzulegen, im Design und in der intelligenten Technologie. Die Frage ist nicht

Print oder Online, sondern ob die Kanäle zeitgemäss genutzt werden.»

HarbourClub-Geschäftsberichte-Plattform und Symposium

Der HarbourClub tritt für ein starkes Kommunikationsmanagement in Unternehmen und Organisationen ein und fördert den Diskurs über Trends, Kernfragen und den Wertbeitrag der integrierten Kommunikation. Daneben zeichnet er für die Organisation und Durchführung des Schweizerischen Geschäftsberichte-Ratings verantwortlich, dieses Jahr zum zehnten Mal. Ermöglicht wurde das Rating durch die Unterstützung von BMW, KPMG, Papyrus, der Linkgroup sowie Apostroph. Die Ergebnisse sind auf der Plattform www.gbrating.ch einsehbar.

Die nächste öffentliche Veranstaltung des HarbourClub, das jährliche Symposium, findet am 26. November im neuen Hauptsitz der Post statt zum Thema «The next level in Communicators». Das Detailprogramm findet sich unter www.harbourclub.ch

Andreas Jäggi

das Rennen

BEISPIELE AUS ONLINE UND PRINT DER GEWINNER IN DER KATEGORIE DESIGN

Auswahl und Kommentierung der Design-Beispiele: Jiri Chmelik



Der Implemia-Online-Geschäftsbericht ist gut gegliedert. Die Inhalte sind abwechslungsreich und adäquat aufbereitet.



Der Valora-Online-Geschäftsbericht bietet eine schöne Palette von unterhaltsam aufbereiteten Inhalten. Der Bericht nutzt auf angenehme Weise die Möglichkeiten des Mediums.



Der Geberit-Online-Geschäftsbericht überzeugt durch eine grosse Informationstiefe. Die einzelnen kommunikativen Elemente ermöglichen durch technische Raffinesse eine aufschlussreiche Auseinandersetzung mit den Inhalten.



Der kleinformatige Implemia-Print-Geschäftsbericht ist eine spannende, vielseitige Lektüre und gibt auf ungeschminkte, ehrliche Weise einen begeisternden Einblick in die Unternehmenswelt.



Der Valora-Print-Geschäftsbericht präsentiert sich schlank und klar. Die Inhalte werden in attraktiven, schnell erfassbaren Gefässen aufbereitet. Der Bericht strahlt eine frische unternehmerische Energie aus.



Geberit verzichtet auf eine Print-Vollversion ihres Geschäftsberichts und bereitet ausgewählte Inhalte in unterschiedlichen, sorgfältig gestalteten Publikationen auf. Die Abgabe des Geschäftsberichts wird zur adäquaten zwischenmenschlichen Geste.



Der Jahresbericht des Aufstiegers HIAG fällt durch seine einfache und prägnante gestalterische Haltung auf. Die klar strukturierten Inhalte wirken ehrlich und kompetent.



Sieger Gesamtwertung 2015: v.l.n.r.

Jürg Trösch, Linkgroup; Daniel Haas, KPMG; Platz 3: Cédric Baumgartner, Project Manager Online Communications, Geberit; Platz 1: Richella Odebrecht, Head of Communications, LafargeHolcim; Platz 2: Stefanie Weitz, Head Media Relations & Financial Reporting, Swiss Re; Philipp Meier, Apostroph, und Marc Bieri, Papyrus



Die Aufsteiger des Jahres:

Matthias Schneider, Coca-Cola; Dominique Morel, Präsident HarbourClub; Peter Brun, Kuoni; Frank Butz, Director of communications, HIAG (Design); Thomas Bernhardsgrütter, Director Investor Relations, Sonova (Gesamt); Alex Josty, Leiter Unternehmenskommunikation, BEKB (Value-Reporting); Clarissa Haller, Credit Suisse, und Hans-Peter Nehmer, Allianz.