

# Inhalt vor Schönheit

Im BILANZ-Geschäftsberichte-Rating schwingt **Swisscom** obenaus. Der Gesamtsieger hat auch den informativsten Bericht, der schönste gehört **Geberit**. Der Trend: mehr Inhalt und weniger Spektakel.

UELI KNEUBÜHLER TEXT / FRANK BLASER FOTOS

**T**elefon, Internet und Fernsehen: Das ist Swisscom in der Wahrnehmung der Öffentlichkeit. Doch da ist mehr; mehr «neue Möglichkeiten in einer vernetzten Welt»: So betitelt die Telekommunikationsfirma jene Informationsbroschüre, die wie jedes Jahr den Geschäftsbericht begleitet. Denn Swisscom ist auch eine Bank – zumindest ein wenig. IT-Struktur und Bankensoftware von über 80 Finanzdienstleistern in der Schweiz laufen über Swisscom. Damit ist der Konzern der grösste Player im Markt und untersteht der Überwachung durch die Finanzmarktaufsicht Finma. Emotionen, Testimonials, Fotostories: Das ist der Broschüre vorenthalten. Der eigentliche Geschäftsbericht kommt wie gewohnt daher: nüchtern, sec, mit grossem Wiedererkennungswert und einer Fülle an Informationen – und das auf 20 Seiten weniger als im Vorjahr. Damit gewinnt Swisscom das BILANZ-Geschäftsberichte-Rating 2013.

«Ich empfehle, den Geschäftsbericht der Swisscom bei der Erstellung des eigenen Jahresberichts als Referenz zur Hand zu nehmen», sagt Sven Bucher, Jurymitglied und Analyst bei der Zürcher Kanto-

nalbank. «Der Geschäftsbericht präsentiert sich extrem übersichtlich und schnörkellos und erlaubt damit ein rasches Auffinden der relevanten Informationen.» Swisscom ist kein Zufallssieger. Der Telekomkonzern distanzierte bereits vor zwei Jahren die komplette Konkurrenz. Seine Stärken hat der Geschäftsbericht besonders im Informationsgehalt. Wie vor Jahresfrist punktet Swisscom mit dem Value Reporting. Der Konzern liegt in dieser Zwischenbewertung wie schon letztes Jahr auf dem ersten Rang. Damit macht Swisscom die mässige Leistung in der Kategorie Design Print (Platz 30) wett. Im Online-Design hingegen mischt Swisscom vorne mit: Rang 14.

**Der Bericht der Swisscom ist übersichtlich, sec und mit einer Fülle an Infos gespickt.**

Das Geschäftsberichte-Rating ist das grösste seiner Art in der Schweiz. Mehr als 30 Spezialisten in drei Jurys bewerten in fünf Kategorien 234 Geschäftsberichte (siehe «Swisscom ist der Top-Kommunikator» auf Seite 62). Zum Kreis der Mehrfachgewinner zählten in den letzten Jahren auch der Zahnimplantatehersteller Straumann (2007, 2008) und der Reisekonzern Kuoni (2009, 2010).

**Fokus auf Online.** Erneut aufs Podest schaffte es im aktuellen Jahrgang Geberit. Der Sanitärtechniker platzierte sich wie im Vorjahr auf dem dritten Rang. Wieder aufs Podest gerückt ist «Schönling» Kuoni. Der Reisekonzern kam in den letzten Jahren meist sehr kreativ daher und heimste mehrfach Spitzenplätze in der Designwertung ein. Für das Podest der Gesamtsieger reichte es zuletzt aber nicht mehr. Im Gegensatz zu Swisscom, die im Online-Design einen Sprung nach vorne machte und sich laut Mediensprecher Sepp Huber besonders auf die Online-Version des Geschäftsberichts konzentriert. «Wir diskutieren seit Jahren die Frage intensiv: Was machen wir online, was drucken wir?» So überlegt sich Swisscom, in naher oder ferner Zukunft auf den gedruckten Bericht zu ▶

## Gesamtwertung



**1.**  
**Swisscom**  
Gestaltet  
von Petranix



**2.**  
**Kuoni**  
Gestaltet  
von Büroeco



**3.**  
**Geberit**  
Gestaltet  
von  
Schneiter  
Meier und  
EquityStory

Gesamtwertung

# Swisscom ist der Top-Kommunikator

Auf dem Podest tummeln sich bewährte Unternehmen: Swisscom gewinnt vor Kuoni und Geberit.

Das BILANZ-Geschäftsberichte-Rating vergibt insgesamt neun Medaillen. Ausgezeichnet wurden diesmal sechs Unternehmen. In der Gesamtwertung holt sich Swisscom Gold vor Kuoni (Silber) und Geberit (Bronze).

**234 Berichte für drei Jurys.** Die drei Ersten in der Gesamtwertung holen gleich mehrere Medaillen ab. Gesamtsieger Swisscom schwingt in der Kategorie Value Reporting obenaus. Der Gesamtzweite Kuoni holt sich auch die Silbermedaille in der Kategorie Design. Hinter Geberit, die in der Gesamtwertung auf Platz drei landet. Je eine Medaille geht an Valora für Platz drei im Bereich Design sowie an Straumann (2) und Credit Suisse (3) im Value Reporting. Die Gesamtsieger mischen im Gegensatz zu den Vorjahresessigern auch in den Teilbereichen ganz vorne mit.

Das BILANZ-Rating der Geschäftsberichte ist das grösste dieser Art in der Schweiz. Es wird organisiert durch den Harbour Club, die Vereinigung der Schweizer Chief Communications Officers.

Im Rating aufgenommen wurden 234 Geschäftsberichte. Bewertet wurden alle im SPI vertretenen Firmen. Dazu kamen die 50 umsatzstärksten Unternehmen aus dem Jahr 2012, die 15 Versicherungen, die im Jahr 2011 die höchsten Bruttoprämienvolumen aufwiesen, und

Rang	Unternehmen Gestaltung
1	Swisscom Petranix, Adliswil
2	Kuoni Büroecco, Augsburg
3	Geberit Schneiter Meier, Zürich, und EquityStory, Zürich

die 25 Banken mit der höchsten Bilanzsumme. Nicht berücksichtigt wurden Unternehmen, die keinen Geschäftsbericht herausgaben.

Dieses Sample wurde von drei verschiedenen Jurys bewertet. Die Designjury unter der Leitung von Peter Vetter von der Zürcher Hochschule der Künste beurteilte die Geschäftsberichte im Print wie auch im Bereich Online nach gestalterischen Kriterien. Gleichzeitig untersuchte die Jury des Instituts für Banking und Finance der Universität Zürich um Alexander Wagner sowohl die gedruckten Geschäftsberichte als auch die entsprechenden Investor-Relations-Seiten auf ihren Inhalt (Value Reporting).

Aus der Addition der Bewertungen ging eine Liste mit den zwölf bestrangierten Geschäftsberichten (Online und Print) hervor, aus der die Schlussjury schliesslich die drei Gesamtsieger kürte. Die zwölf Besten in der Endauswahl waren die Folgenden: Barry Callebaut, Clariant, Credit Suisse, Geberit, Georg Fischer, Kuoni, Liechtensteinische Landesbank, Sika, Straumann, Swiss Life, Swiss Re, Swisscom.

**Value-Reporting-Jury.** Prof. Alexander Wagner, Institut für Banking und Finance der Universität Zürich (IBF, Vorsitz); Mirko Reichlin (IBF, Research und Assistent); Timo Bloch, (IBF, Research und Assistent); Studierende der Universität Zürich: Zeynep Akbay, Feyyaz Aslan, Lucienne Brunner, Lilly Fan, Kübra Göcen, Janis Heibel, Jennifer Juvet, Safiye Karahan, Daniela Meyer, Esther Moosauer, Elena Sachs, Sascha Steiner (Print), Jan Kremmel, Gianluca Scheidegger, Moritz Strobel, Sandro Tiefenthal (Online).

► verzichten. «Die Printausgabe wird von den Aktionären zurzeit noch nachgefragt. Wir beobachten genau, wie sich dies entwickelt.»

Der Fokus auf die Online-Berichterstattung anstelle der klassischen Printausgabe entstand weniger der Kosten wegen. Ein Grossteil des Aufwands entfällt per se auf die Aufbereitung der Inhalte, erklärt Huber. Diese sollen in den nächsten Jahren einen weiteren Kanal füllen: die Social Media. Huber: «Ein stärkerer Einbezug von Social Media wird für das nächste Jahr geprüft.» Mehr will er nicht sagen. Aber die Jury wird das gerne hören. Denn für ein Unternehmen der Kommunikationsindustrie habe Swisscom gerade in den Bereichen Informationsservice und Investor Relations 2.0 noch Nachholbedarf, urteilt ZKB-Analyst Sven Bucher.

Online dürfte der Geschäftsbericht der Swisscom künftig die eine oder andere Lücke schliessen. Optisch bleibt sich der Konzern treu. «Unser Geschäft ist mit Milliardeninvestitionen in das Telco-Netz zum einen sehr langfristig ausgerichtet – zum anderen entwickeln sich die Märkte mit neusten Anwendungen und Geräten für die Nutzer sehr dynamisch», so Huber. «Der Auftritt über den Geschäftsbericht soll dies widerspiegeln.»

Konsistenter und mit etwas weniger Spektakel will die zweitplatzierte Kuoni in den nächsten Jahren das Podest entern. «Unser Transformationsprozess ist abgeschlossen», erklärt Konzernsprecher Peter Brun. Der Reisekonzern kaufte in den vergangenen Jahren unter dem im Juni geschassten CEO Peter Rothwell etwa den britischen Online-Unterkunftsdienstleister Gullivers Travel Associates, baute das Visa-Geschäft massiv aus und verabschiedete sich aus weniger profitablen Bereichen. «Der Geschäftsbericht hat diesen Prozess optisch und inhaltlich stark mitbegleitet», sagt Brun.

## Kuoni wagte optisch erneut mehr als andere, ist aber auch online absolut top.

Design



3. Valora  
Gestaltet von Hilda Design Matters

Kuonis Geschäftsbericht hob sich in den vergangenen Jahren stets ab vom Peloton und wagte optisch mehr als die Konkurrenz. Letztes Jahr packte Kuoni ihr Geschäftsjahr in ein aufwendig gebundenes Buch, zuvor hatte sich die Kommunikationsabteilung als Verleger geübt und den Geschäftsbericht als Zeitung gedruckt. Die Kreativität soll künftig nicht zu kurz kommen, doch der Fokus wird stärker auf Inhalt und Nutzung liegen. Das diesjährige Konzept mit der Spiralbindung wird die nächsten Jahre weitergeführt. Das Ziel: «praktisch, einfach, brauchbar», sagt Brun.

Den Sprung auf den zweiten Rang schaffte Kuoni hingegen nicht nur über

das Design der Printausgabe. «Ausschlaggebend war der erneut starke Online-Auftritt», sagt Michel Gerber, Präsident der Investor-Relations-Vereinigung. Kuoni sei eine hervorragende Balance zwischen spielerischer Animation und benutzerfreundlicher Informationsvermittlung gelungen, urteilt die Jury. Abzug gab es hingegen in der Sparte Value Reporting. Im Print rangiert der Reisekonzern bloss auf Platz 36, online immerhin auf dem 22. Rang.

**Sorgenkind Value Reporting.** Die drittplatzierte Geberit schliesslich beweist, dass kein bestimmtes Format Erfolg garantiert. Swisscom und Kuoni kommen

grösser daher. Geberit setzt konsequent auf die Online-Publikation und druckt nur die Jahreschronik im Taschenbuchformat; Kennzahlen erscheinen erstmals auf Seite 121 von insgesamt 130 Seiten. «Damit schafft Geberit Klarheit und Ordnung und bedient die unterschiedlichen Anspruchsgruppen trotzdem gut», bewertet Jurymitglied Bernhard Schweizer von Sensus Investor & Public Relations.

Aber auch der Sanitärtechniker hat einen Tolggen im Reinheft. Die Entschädigungspolitik ist in den Augen der Jury nicht transparent genug ausgewiesen. Und «dass entgegen allen Zeichen der Zeit ein Entschädigungsbericht (noch) nicht als selbständiges Kapitel aufbe- ►

ANZEIGE

Join us when over 100 Family Offices from all over the world meet under one roof



# Family Office Forum

Zurich, 5th - 6th November 2013, Hotel Dolder Grand

**The Formula:**  
More Family Offices on stage and in the audience than solution providers. Network with 100+ Family Offices.

**The Topics:**  
All key issues of Family Offices are covered.

See Conference Speakers and Conference Agenda at [www.prestelandpartner.com](http://www.prestelandpartner.com)

**Are you a Family Office?**  
We are delighted to welcome you with privileged free admission!

**Are you a genuine partner / supplier to Family Offices?**  
Simply register online or contact [ticket@prestelandpartner.com](mailto:ticket@prestelandpartner.com)

For further information please visit [www.prestelandpartner.com](http://www.prestelandpartner.com)

## Die Besten im Vergleich

### Die Schönsten im Print

Rang		Unternehmen	Punkte
2013	2012		
1	2	Implenia	81,3
2	1	Helsana	78,9
3	6	Geberit	77,5
3	3	Valora	77,5
5	13	Bachem	75,7
6	70	Clariant	73,0
7	5	Dottikon	72,2
8	64	Die Post	70,0
9	4	Kuoni	69,3
10	22	Barry Callebaut	68,8
11	33	Liechtenstein. Landesbank	67,9
12	30	Thurgauer Kantonalbank	67,7
13	27	Valartis	67,5
14	14	Bank Coop	67,4
15	8	Basler Kantonalbank	67,0
16	-	SGS	66,4
17	25	SBB	66,0
18	49	Aryzta	65,1
18	-	Autoneum	65,1
20	-	Siegfried	65,0

### Die Schönsten online

Rang		Unternehmen	Punkte
2013	2012		
1	1	Geberit	79,0
2	3	Kuoni	70,3
3	36	Swiss Life	68,5
4	10	ABB	67,4
5	11	Züblin	61,4
6	2	Migros	61,0
7	5	Actelion	59,1
7	37	Valora	59,1
9	-	Schweizerische Mobiliar	58,9
10	6	Liechtenstein. Landesbank	57,2
11	8	Allreal	56,6
11	23	Swiss Re	56,6
13	17	Generali	55,6
14	21	Swisscom	55,5
15	4	Adecco	55,4
16	-	Goldbach	55,0
17	9	Syngenta	52,9
18	51	PubliGroupe	52,7
19	28	Georg Fischer	50,5
20	34	Sulzer	50,1

### Die Besten im Value Reporting

Rang		Unternehmen	Geschäftsbericht	Rang Internet Investor Relations
2013	2012			
1	1	Swisscom	1	5
2	2	Straumann	2	13
3	3	Credit Suisse	5	7
4	5	Sulzer	3	20
5	10	Roche	11	6
6	14	Sika	4	35
7	7	Liechtensteinische Landesbank	9	17
8	9	Swiss Re	13	4
9	4	Geberit	6	32
10	13	Syngenta	14	23
11	11	Georg Fischer	16	24
12	6	Novartis	20	14
13	31	Holcim	10	56
14	23	Givaudan	12	52
15	18	Alstom	15	42
16	12	Clariant	19	27
17	16	Galenica	8	77
18	24	Nestlé	23	25
19	17	Barry Callebaut	21	34
20	21	UBS	32	3

### Die Gesamtsieger der letzten fünf Jahre

Rang	2009	2010	2011	2012	2013
1	Kuoni	Kuoni	Swisscom	Roche	Swisscom
2	Credit Suisse	Credit Suisse	Straumann	Swiss Re	Kuoni
3	Novartis	Sarasin	Novartis	Geberit	Geberit

► reitet wurde, hat überdies erstaunt», bilanziert Schweizer.

Mit dem Value Reporting tut sich nicht bloss Geberit schwer. Es ist generell die Achillesferse der meisten Geschäftsberichte. «Erstauslich und fast schon besorgniserregend ist, dass lediglich 59 von 234 Unternehmen insgesamt beim Rating ihrer Geschäftsberichte als genügend eingestuft wurden», sagt Alexander Wagner, Jurypräsident des Value Reportings. Das ist zwar wenig, im langjährigen Vergleich aber ein Quantensprung. Vor zehn Jahren waren gerade einmal die besten drei Geschäftsberichte genügend. Trotzdem haben noch drei Viertel der Unternehmen Nachholbedarf - insbesondere die Nichtkotierte.

**Vorbildliche Credit Suisse.** Da der Investor-Relations-Auftritt zu einem Fünftel zum Value Reporting zählt, büsst viele Firmen an Terrain ein. Ein Beispiel nehmen könnten sie sich an Swisscom, Straumann und Credit Suisse. Dieses

## Bloss 59 von 234 Firmen erhielten beim Rating ihrer Berichte die Note «genügend».

Trio führt in dieser Reihenfolge wie bereits im Vorjahr das Value Reporting an.

Der Basler Zahnimplantatehersteller Straumann mag derzeit mit dem Marktumfeld kämpfen. Mit seinen detaillierten Informationen und Abbildungen zu einzelnen Produkten, der Übersicht der aktuellen Investitionsprojekte und der klaren Markenführung zeigen die Basler, was einen kompakten Geschäftsbericht ausmacht. Und auch die Credit Suisse, Synonym für kiloschwere Wälzer, hat nochmals einen Schritt nach vorne gemacht. Der Geschäftsbericht ist mit genau 400 Seiten (ohne Anhang) etwas gekürzt, aber noch immer sehr ausführlich und informativ.

Das sind Ausnahmen. Und es schmerzt auch nicht bloss die erwähnte Achillesferse. Die Formkurve der diesjährigen ►

Design

# Geberit siegt erneut

Online und Print sind oft ungenügend vernetzt.

An Geberit führt kein Weg vorbei. Wie im Vorjahr ist der Geschäftsbericht des Sanitärkonzerns der schönste. Zusammen mit den Nächstplatzierten, Kuoni und Valora, ist Geberit das einzige Unternehmen in den Top 10, das eine konsequente Bearbeitung sowohl von Print und Online in der Kategorie Design/Usability verfolgt. «Es scheint, dass die meisten Unternehmen nicht verstehen, dass Online und Print integriert zu behandeln sind», urteilt die Jury. Genau das tut Geberit: Der neu im SMI gelistete Konzern setzt vorzugsweise auf den Online-Kanal, ergänzt durch eine intelligente Jahreschronik im Taschenbuchformat.

**Die Designjury.** Peter Vetter, Coande Communication and Design (Vorsitz); Janina Berger, Markenfels; Jiri Chmelik, Hilda Design Matters; Lucia Frey, Kuster & Frey; Philipp Glutz, Glutz Kommunikation; Sascha Lötscher, Gottschalk + Ash International; Christoph Lüscher, Information Architects; André Schneiter, Schneiter Meier; Herbert Sutter / Manuel Grieshaber, Papyrus; Jürg Trösch, Linkgroup; Thomas Wolfram, Wirz und ZHdK; Marina Brugger, Martina Brassel, Robert Baumgartner, Stefano Cometta, Dimitri Wiss: Vorbereitung, Organisation und Dokumentation.



**Die Schlussjury.** Von links: Mirko Reichlin und Alexander Wagner, Institut für Banking und Finance; Stefan Barmettler, BILANZ/«Handelszeitung»; Lukas Marty, KPMG; Thomas Wolfram, Wirz Corporate; Bernhard Schweizer, Sensus; Barbara Zäch und Michel Gerber, IR Club; Dominique Morel, HarbourClub (Vorsitz); Sven Bucher, Zürcher Kantonalbank; Andreas Jäggi, Andreas Jäggi Kommunikationsberatung.

► Geschäftsberichte zeigt generell nach unten. «Viel zu häufig fehlt die nötige Substanz», urteilt Jurypräsident Dominique Morel. «Bei der Form stagniert die Nutzung im Bereich Online, und die visuellen Markenbotschaften verloren gegenüber den Vorjahren an Bedeutung.» So verpassen viele Kommunikationsabteilungen die Chance, ihrer Firma einen schlagkräftigen Auftritt zu verpassen.

Ähnliche Formen und wenig Neues: So präsentiert sich der Jahrgang 2013 des Geschäftsberichte-Ratings. «Die Medienkonvergenz nehmen nur wenige Unternehmen wahr», sagt Jürg Trösch, Jurymitglied und VR-Delegierter der Linkgroup. Das Standing des Geschäftsberichts

innerhalb der Unternehmen sei schon höher gewesen, beobachtet Trösch. «Man nimmt den Geschäftsbericht als Kommunikationsmittel vielleicht zu wenig ernst. Da er regulatorisch so anforderungsreich ist, verliert man die Lust, etwas Neues zu machen, und spricht nicht die nötigen Mittel.»

Allerdings gibt es auch die bekannten Ausnahmen von der Regel. Die Kioskbetreiberin Valora bestätigt die Leistungen der Vorjahre und klassiert sich im Design-Ranking auf Platz drei. Und mit Clariant und der Post schießen in der Design-Print-Liste zwei Geschäftsberichte in die Top Ten, die noch 2012 unter «ferner liefen» rangierten. ■

## Alle Resultate online

Seit einem Jahr ist die Internetplattform des Schweizer Geschäftsberichte-Ratings online ([www.geschaeftsberichte-rating.ch](http://www.geschaeftsberichte-rating.ch)). Dort finden Sie nicht nur die Ratings aller 2013 bewerteten Geschäftsberichte und ihrer Teilbewertungen in den Bereichen Value Reporting Print, Value Reporting Online, Design Print und Design Online, sondern auch die Ratings der Vorjahre. Zusätzlich können alle aufgeführten Geschäftsberichte für die Geschäftsjahre 2010, 2011 und 2012 als PDF heruntergeladen werden. Die Plattform ist zweisprachig (deutsch und englisch). Realisiert wurde sie durch das Online-Solutions-Team der Linkgroup. Sie wird jedes Jahr aktualisiert und ergänzt.

Rang	Unternehmen Gestaltung
1	<b>Geberit</b> Schneiter Meier, Zürich, und EquityStory, Zürich
2	<b>Kuoni</b> Büroecco, Augsburg
3	<b>Valora</b> Hilda Design Matters, Zürich