

Von der Pflicht zur Kür

„Ausgezeichnete“ Geschäftsberichte

Von Shabnam Shabany

Es ist Jahresanfang, in den Kommunikationsabteilungen herrscht rege Betriebsamkeit. Denn es ist höchste Zeit für den Rückblick auf das vergangene Jahr in Form eines Geschäftsberichts und weiterer Publikationen wie z.B. des Nachhaltigkeitsberichts. Während der Geschäftsbericht früher in der Regel eine reine Pflichtübung war, nutzen ihn immer mehr Unternehmen als wichtiges Kommunikationsinstrument und integrieren ihn in die Gesamtstrategie.

Aus der Pflicht wird eine Kür, deren Mehrwert sich noch steigern lässt, und zwar durch die Einreichung eines Geschäftsberichts bei einem Award. Essentiell hierbei: die Stärken des eigenen Geschäftsberichts zu identifizieren und den richtigen Award auszuwählen. BizAwards hat sich die nationalen und internationalen Awards angeschaut und vier Kategorien entdeckt, in die sich die Awards im ersten Schritt grob einteilen lassen:

Bei reinen Annual-Report-Awards dreht sich alles ausschließlich um Geschäftsberichte, wie z.B. bei The ARC Awards, deren Jury die Geschäftsberichte nach dem Erfolg der Unternehmensstory bewertet und nicht auf Unternehmenszahlen schaut. Der Fokus liegt auf Kreativität, Verständlichkeit, Effektivität und Exzellenz. Gut geeignet für Unternehmen, deren Geschäftsbericht spezifische Stärken aufweist, jedoch in einer Gesamtschau vielleicht nicht zu den Gewinnern zählen würde.

PR/Kommunikations-Awards enthalten zumeist eine Kategorie, in der Geschäftsberichte insgesamt prämiert werden. Die European Excellence Awards beispielsweise prämiieren in der Kategorie „Corporate Media and Tools“ die besten „Annual Reports“ und attestieren den Gewinnern eine glaubwürdige, verständliche und innovative Kommunikation. Auch der Internationale Deutsche PR-Preis prämiert in der Kategorie „Corporate Media“ Geschäftsberichte als exzellente Unternehmensmedien, die der zielgruppenorientierten Kommunikation dienen.

Auf die Zahlen kommt es hingegen bei den IR Awards an. Hier bewerten Analysten den betriebswirtschaftlichen Inhalt des Geschäftsberichts. So prämiieren z.B. die IR Society's Best Practice Awards Verständlichkeit, Investment, Governance und Risk Assessment. Gut geeignet, wenn man erstklassige Kommunikation mit den Aktionären in den Vordergrund stellen will.

Design Awards hingegen zeichnen die besten Kreativleistungen aus. Die Red Dot Awards z.B. prämiieren innovative Projekte und die Gestaltung des Geschäftsberichts. Die Kategorie „Annual Reports“ setzt sich aus den Unterkategorien Print, Digital und Other zusammen.

Die Vielfalt an Awards ist groß. Entscheidend für den Erfolg ist die Auswahl des passenden Wettbewerbs. Hier gilt es, im Vorfeld wichtige Fragen zu klären: Welcher Award passt zu meinem Unternehmen? Welche Reputation und Relevanz hat er im Hinblick auf die Stakeholder des Unternehmens? Wie gestalte ich die Bewerbung zielführend? Wichtiger noch ist es, einen Schritt weiter zu denken und sich zu fragen, wie ein möglicher Gewinn in der Unternehmenskommunikation genutzt werden soll, damit der Erfolg nicht ebenso schnell verstaubt wie die Trophäe in der Eingangsvitrine.

Shabnam Shabany ist Geschäftsführerin von BizAwards (www.biz-awards.de), Frankfurt am Main

Awards

The ARC Awards

MerComm (USA)

Bewerbungsschluss: Mai 2017

mercommawards.com/arc.htm

European Excellence Awards

Communication Director

Bewerbungsschluss: Oktober 2017

excellence-awards.eu

Der Internationale Deutsche PR-Preis

Deutsche PR Gesellschaft e.V.

Bewerbungsschluss: Juli 2017

der-deutsche-pr-preis.de/

IR Society's Best Practice Awards

The Investor Relations Society

Bewerbungsschluss: Juni 2017

irs.org.uk/events/dinner

Red Dot Award

Design Zentrum NRW

Bewerbungsschluss: Juni 2017

red-dot.de/cd/de

