

# GESCHÄFTSBERICHTE ...

... richtungsweisend für Ihre Zukunft



*Herr Meier, Rechnungswesen,  
bitte Rücksprache – wie wir die freierwerdenden  
Kapazitäten zu unserem Vorteil nutzen können!*

*gez. Chef*

**Staudt**  
*medien*

**WORT**FORMAT

# Ihr Geschäftsbericht ist Ihr Imageträger...

*zu spät auf den Markt*

*Wir müssen berichten –  
dann können wir die  
Kosten auch für uns nutzen*

## **aber bei Erscheinen schon veraltet.**

Ein prinzipieller Nachteil, der sich angesichts schwieriger interner Abstimmungsprozesse und fester Produktionszeiten nicht heilen lässt. Geschäftsberichte taugen nicht als aktuelle Information für den Finanzmarkt. Sie kommen dafür zu spät. Die Rolle des Geschäftsberichtes innerhalb der Kommunikation Ihres Unternehmens ist eine andere geworden. Ihrem Jahresbericht fällt heute vermehrt die Aufgabe zu, den Unternehmenshintergrund aufzuhellen, damit die Leser sich ein zuverlässiges Bild von Ihrem Unternehmen machen können.

Ein guter Geschäftsbericht soll – über das Pflichtgemäße hinaus – vertrauensbildend wirken, die Brücke zwischen Vergangenheit und Zukunft spannen.

Natürlich müssen Sie die gesetzlichen Anforderungen erfüllen. Aber, mit welchem Engagement Sie selber dieser Berichtspflicht nachkommen, dafür gibt es nirgendwo Vorschriften.





Meist sind Geschäftsberichte Werke, die an den Verstand, aber wenig an das Gefühl appellieren. Wenn jedoch mit einem Geschäftsbericht nicht die wirkliche Identität des Unternehmens wahrgenommen wird, dann leistet er auch keinen Beitrag für das Image. Der Aufwand steht in keinem Verhältnis mehr zum erhofften Nutzen. Die Folge: **Viele Geschäftsberichte werden zwar zur Hand, aber nicht wahrgenommen.**

Erst wenn der Leser Ihrem Geschäftsbericht seine Aufmerksamkeit schenkt, haben Sie die Chance, ihm etwas von der Denkweise und Stimmung in Ihrem Unternehmen zu vermitteln. Sprachliche und optische Darstellungsmittel müssen so eingesetzt werden, dass an ihnen ein übertragener oder symbolischer Gehalt sichtbar wird.

*Wir möchten uns diese Gedanken für Sie machen! – Ihre wichtigsten Unternehmensdaten haben das verdient!*

*Wer sind wir?*

*Wahrnehmung ist wichtig*

**!**

*Keine Zeit! – Wer...?*



# Wenn Staudt & WORTformat für Sie arbeiten...

**erhalten Sie Ihr individuelles Konzept, mit dem Sie sich eindeutig von Ihren Wettbewerbern unterscheiden.**

Resultat:

Sie bekommen von uns nicht irgendeinen Bericht sondern ...

... den besten Bericht für Ihre Zielgruppe zu optimalen Konditionen.

... einen Bericht ohne sprachliche Brüche. Keiner Ihrer Leser wird merken, wie viele Unternehmensbereiche ihren Beitrag zu dem Bericht geleistet haben.

**Alles stammt aus einer Feder, erzählt durchgängig Ihre Erfolgsstory.**

... eine Story, die wahrgenommen wird – denn wir bemühen uns um den **Textstil**, den Ihre Zielgruppen lesen.

So können Sie ...

... Ihrer Zielgruppe zeigen, dass Sie Visionen haben und schlüssige langfristige Unternehmensstrategien verfolgen. Dafür entwickeln wir Berichte und **Medienkonzepte**, die über drei bis fünf Jahre kontinuierlich verfolgt werden können und deren Wirkung von Jahr zu Jahr weiter verstärkt werden kann.

... sich um das eigentliche Geschäft kümmern.

Denn wir beraten und betreuen Sie bei allen Schritten der Berichterstellung: von der **Analyse** über die **Neukonzeption der Inhalte** bis zum **fertigen Text** und ggfs. zur **Übersetzung** – vom **visuellen Konzept** für Ihre Produkte oder Dienstleistungen über die **Fotoproduktion** oder **Illustration** bis hin zum **Layout**.

Auch das **Herstellungsmanagement** nehmen wir Ihnen ab: In **Satz** und **Satzkorrektur** sind wir sehr genau. Wir betreuen die digitale Druckvorstufe und stehen für Sie zur Drucküberwachung an der Maschine.

!

*Wahrnehmung!*

*Zeit für Kernkompetenz*

*ein Ansprechpartner!*





# so kann unsere Zusammenarbeit aussehen

Gespräche – mit der Geschäftsleitung und den Bereichsverantwortlichen – sowie vorhandene Geschäftsunterlagen sind unserer Erfahrung nach die beste Basis für eine solide Konzept- und Textarbeit.

Das heißt, Sie müssen nicht schreiben. Eine Tätigkeit, die nicht jedem liegt, für die aber vor allem Ihre Zeit und die Ihrer Führungskräfte zu kostbar ist. Sie berichten – wir entwickeln Konzept und Texte und stimmen gemäß Zeittableau mit Ihnen ab.

Wir empfehlen, auch den Sprachstil des Pflichtteils – Lage- und Risikobericht, Anhang, Erläuterungen etc. – dem übrigen Berichtsstil anzupassen. Angesichts des engen zeitlichen Rahmens können hierzu Vorjahresberichte herangezogen werden.

*persönliche  
Zusammenarbeit*

*Abstimmung nach Absprache*

*Erfahrung mit Terminen!*

## Optimierung – eine Anregung

Nehmen wir eine Bank, ihren sehr gelungenen neuen architektonischen Auftritt in der Hauptstraße, der sich – obwohl zukunftsweisend – gut in das Innenstadtbild einfügt, trotzdem die regionale Haftung nicht verliert. Aber ihr Geschäftsbericht verliert dieses Thema nach dem ersten Absatz, mit unpersönlichen Bildern und fehlender textlicher Einbettung. Warum ...

... wird der mit dem ersten Artikel begonnenen Ansatz nicht konsequent weiterverfolgt ...?

Diese und andere Anregungen für Ihren Geschäftsbericht können wir gerne mit Ihnen diskutieren.

*genau!*

*Termin? Wann? →*

**Staudt**  
*medien* 

**WORT**FORMAT

WERKSTATT FÜR DAS GESCHRIEBENE UND GESPROCHENE WORT

Staudt Lithographie GmbH  
Sabine Hartmann  
Kohlenstraße 34  
44795 Bochum  
Fon 0234. 4525-0  
info@staudt-online.de  
www.staudt-online.de

Stefanie Nowack  
Ruhrallee 9  
44139 Dortmund  
Fon 02 31 | 95 25-165  
Mobil 01 71 | 574 20 84  
stefanie.nowack@wortformat.de  
www.wortformat.de