

hema Studie zu den Online-Geschäftsberichten 2009

der DAX30- und MDAX-Unternehmen

ltum Juli 2010





Online-Geschäftsberichte 2009 im DAX30 und MDAX

Ranking /
Best- & Worst-Practice





Bewertungsgrundlage & Inhalt der Studie

- Bewertet wurden alle Online-Geschäftsberichte der DAX30-* und MDAX-Unternehmen*.
- < Bewertet wurden nur vollwertige HTML-Geschäftsberichte.
- Oie Bewertung erfolgte im Mai/Juni 2010.
- < Auf Basis der Bewertung erfolgt ein Ranking der Online-Geschäftsberichte von Platz 1 bis 80.
- Außerdem werden Online-Geschäftsberichte vorgestellt, die in den einzelnen Bewertungsbereichen die Kriterien "Sehr gut" bis "Zufriedenstellend" erfüllen, sowie Best- & Worst-Practice-Beispiele aufgezeigt.



Bewertungsbereiche

- 1. Konzept
- 2. Design
- 3. Service
- 4. Technik



Rang	Unternehmen	Konzept in %	Design in %	Service in %	Technik in %	Gesamt in %
1	BASF SE	90,5	83,6	83,3	78,6	83,9
2	Linde AG	88,1	76,4	73,8	92,9	82,7
3	Deutsche Post AG	71,4	76,4	81,0	90,5	79,8
4	Hannover Rückversicherung AG	78,6	76,4	76,2	85,7	79,2
4	Deutsche Bank AG	83,3	83,6	69,0	81,0	79,2
5	Demag Cranes AG	71,4	78,8	73,8	90,5	78,6
6	Wacker Chemie AG	81,0	78,8	71,4	78,6	77,4
7	ThyssenKrupp AG	81,0	83,6	66,7	76,2	76,8
7	Volkswagen AG St	83,3	78,8	71,4	73,8	76,8
8	Deutsche Postbank AG	83,3	74,0	76,2	71,4	76,2
8	Bayer AG	76,2	66,9	76,2	85,7	76,2
8	WINCOR NIXDORF AG	78,6	78,8	66,7	81,0	76,2
9	LANXESS AG	61,9	88,3	66,7	85,7	75,6
10	Deutsche Lufthansa AG	66,7	81,2	71,4	78,6	74,4
10	MLP AG	64,3	76,4	71,4	85,7	74,4
10	Allianz SE	69,0	52,6	90,5	85,7	74,4
11	Merck KGaA	78,6	69,3	54,8	92,9	73,8
12	Daimler AG	76,2	86,0	57,1	71,4	72,6
13	K+S Aktiengesellschaft	73,8	74,0	61,9	76,2	71,4
13	Fresenius SE (Vz)	71,4	71,7	61,9	81,0	71,4



Rang	Unternehmen	Konzept in %	Design in %	Service in %	Technik in %	Gesamt in %
13	Fresenius Medical Care AG & Co. KGaA (St)	76,2	66,9	61,9	81,0	71,4
14	Deutsche EuroShop AG	61,9	76,4	66,7	76,2	70,2
15	Commerzbank AG	71,4	62,1	73,8	71,4	69,6
16	Adidas AG	52,4	69,3	71,4	73,8	66,7
17	Deutsche Telekom AG	50,0	76,4	64,3	73,8	66,1
18	SAP AG	57,1	64,5	73,8	66,7	65,5
19	RWE AG (St)	78,6	78,8	42,9	59,5	64,9
20	BMW AG St	45,2	71,7	57,1	71,4	61,3
20	Celesio AG	61,9	52,6	57,1	73,8	61,3
21	Continental AG	66,7	57,4	38,1	78,6	60,1
22	Gildemeister AG	47,6	52,6	45,2	90,5	58,9
23	Münchener Rück AG	59,5	59,8	50,0	61,9	57,7
23	METRO AG (St)	47,6	62,1	45,2	76,2	57,7
24	Heidelberger Druckmaschinen AG	42,9	69,3	45,2	69,0	56,5
24	Salzgitter AG	61,9	52,6	47,6	64,3	56,5
25	Hugo Boss AG Vz	57,1	66,9	47,6	50,0	55,4
26	Douglas Holding AG	50,0	57,4	35,7	71,4	53,6
26	TUI AG	47,6	57,4	38,1	71,4	53,6
27	Klöckner & Co. SE	47,6	55,0	57,1	50,0	52,4
28	Hochtief AG	42,9	45,5	45,2	59,5	48,2



7

Rang	Unternehmen	Konzept in %	Design in %	Service in %	Technik in %	Gesamt in %
29	Bilfinger Berger AG	52,4	36,0	35,7	64,3	47,0
30	Siemens AG	33,3	38,3	28,6	64,3	41,1
31	MTU Aero Engines Holding AG	31,0	47,9	21,4	50,0	37,5
32	Leoni AG	38,1	36,0	16,7	52,4	35,7
PDF Plus	*					
33	Aareal Bank AG					
33	BAUER AG					
33	BayWa AG					
33	Beiersdorf AG					
33	Deutsche Börse AG					
33	E.ON AG					
33	Fraport AG					
33	HHLA					
33	MAN AG (St)					
33	Pfleiderer AG					
33	Puma AG					
33	RHÖN-KLINIKUM AG					
33	SGL Carbon AF					
33	Sky Deutschland AG					



PDF Plu	us*
33	STADA Arzneimittel AG
33	Vossloh AG
Flash	
34	Aurubis AG
34	Beiersdorf AG
34	ElringKlinger
34	Fielmann AG
34	Infineon AG
34	ProSiebenSat.1 Media AG
34	Symrise AG
PDF	
35	EADS N.V.
35	Fuchs Petrolub AG Vz
35	GAGFAH S.A.
35	GEA Group AG
35	Gerresheimer AG
35	HeidelbergCement AG
35	Henkel AG &Co, KGaA (Vz)
35	IVG Immobilien AG
35	Krones AG



PDF	
35	Praktiker
35	Rational Ag
35	Rheinmetall AG
35	Südzucker AG
35	Tognum AG



PDF PLUS*	FLASH	PDF
AAREAL BANK BAUER BAYWA BEIERSDORF DEUTSCHE BÖRSE E.ON FRAPORT HHLA MAN PFLEIDERER PUMA RHÖN-KLINIKUM SGL CARBON SKY DEUTSCHLAND STADA ARZNEIMITTEL VOSSLOH	AURUBIS BEIERSDORF ELRINGKLINGER FIELMANN INFINEON PROSIEBENSAT.1 MEDIA SYMRISE	EADS N.V. FUCHS PETROLUB GAGFAH S.A. GEA GROUP GERRESHEIMER HEIDELBERGCEMENT HENKEL IVG IMMOBILIEN KRONES PRAKTIKER RATIONAL RHEINMETALL SÜDZUCKER TOGNUM



1. Konzept





Bewertungskriterien im Bereich Konzept

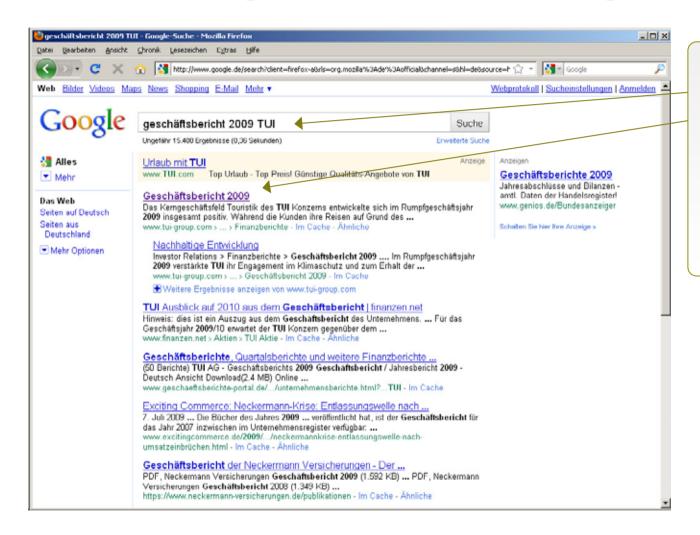
- Auffindbarkeit des Online-Berichtes via Suchmaschinen/auf der Corporate Website/ per Direkteinstieg
- Auffindbarkeit von Inhalten via Teaser, Navigation, Kapiteleinstiege
- < Navigationskonzept
- Hypertextuelle Aufbereitung der Inhalte: Querverweise, weiterführende Links und Vorjahresvergleiche
- < Interaktive Kennzahlenvergleiche
- < Identische Qualität der Sprachversionen



Unternehmen mit sehr guten bis zufriedenstellenden Ergebnissen im Bereich Konzept

Sehr gutes Konzept	Gutes Konzept	Zufriedenstellendes Konzept
BASF LINDE	DAIMLER BAYER DEUTSCHE BANK DEUTSCHE POSTBANK FRESENIUS MEDICAL CARE HANNOVER RÜCKVERSICHERUNG MERCK RWE THYSSENKRUPP VOLKSWAGEN WACKER CHEMIE WINCOR NIXDORF	ALLIANZ COMMERZBANK CONTINENTAL DEMAG CRANES DEUTSCHE POST DEUTSCHE LUFTHANSA FRESENIUS K+S MLP





Ein schneller Weg zum
Auffinden des Geschäftsberichtes bietet eine
Suchmaschine. Ein Ergebnis
auf den ersten Plätzen hilft
dem interessierten Leser
schnell und unkompliziert, auf
den Geschäftsbericht des
Unternehmens zuzugreifen.



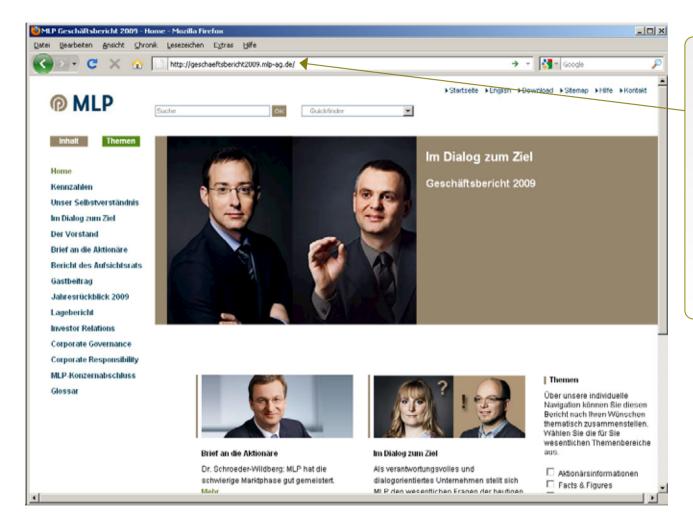


Eine weitere Möglichkeit, den Online-Geschäftsbericht des Unternehmens zu finden, bietet die Corporate Webseite.

Eine hervorgehobene
Darstellung des Berichts lädt
zum schnellen Einstieg ein und
erspart dem Leser, sich durch
die oft lange Navigation zu
klicken.

http://www.salzgitter-ag.de

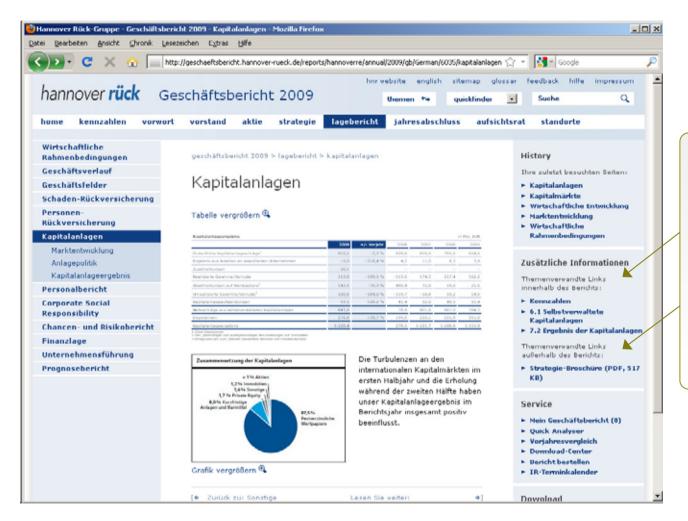




Eine Identifizierung und Zugehörigkeit des Online-Geschäftsberichts zum Unternehmen ist oft über die URL ersichtlich.

Dieses schafft eine einfache und leicht zu merkende URL, die sich in Subdomain (geschaeftsbericht2009.) und Hauptdomain (mlp-ag.de) unterteilt.

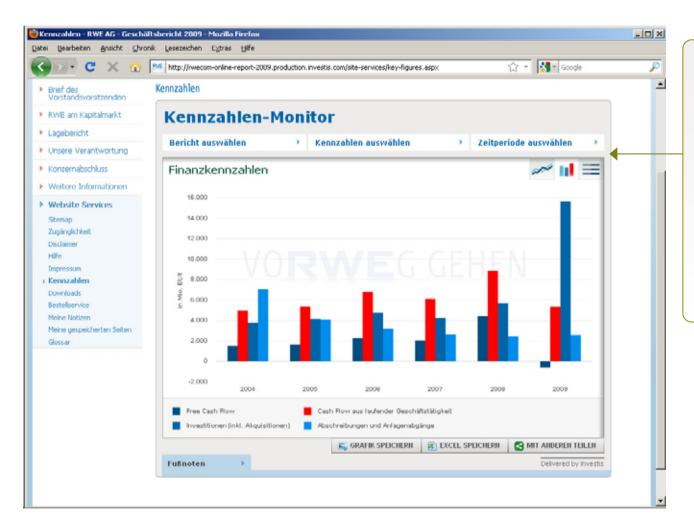




Einen wesentlichen Vorteil zum gedruckten Bericht bietet die Verlinkung zu verwandten Themen. Hier werden bereichsspezifische, themenverwandte Inhalte im Bericht sowie außerhalb geboten, welche dem Leser eine Vielzahl an weiteren Informationen bieten.

http://geschaeftsbericht.hannover-rueck.de/reports/hannoverre/annual/2009/gb/German/6035/kapitalanlagen.html



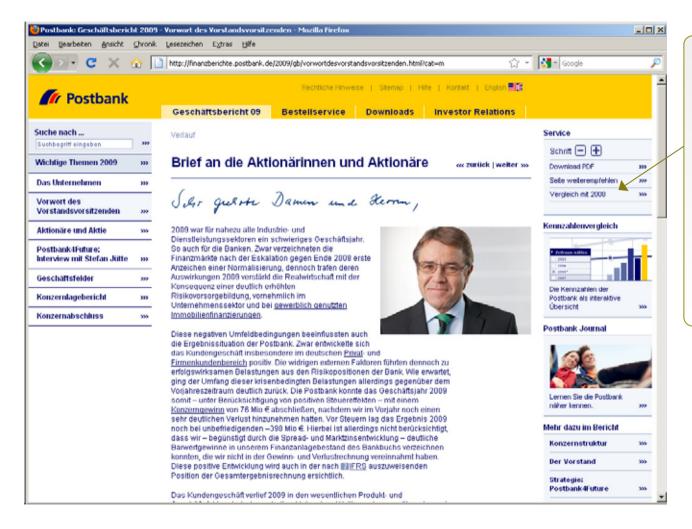


Häufig findet man in Online-Geschäftsberichten ein Kennzahlen-Analysewerkzeug.

Mit diesem Werkzeug lassen sich wichtige Kennzahlen über mehrere Jahre vergleichen.
Dazu bietet es eine optisch übersichtliche Darstellung und zudem die Möglichkeit, diese als Grafik- oder Excel-Datei zu speichern.

http://rwecom-online-report-2009.production.investis.com/site-services/key-figures.aspx





Zu jeder Seite kann mittels eines Vorjahresvergleichs die äquivalente Seite im Online-Geschäftsbericht des letzten Jahres aufgerufen werden.

Dieser Schritt kann hier bis zum Jahr 2002 wiederholt werden. Der Leser kann so sehr gezielt die Entwicklung bestimmter Sachverhalte nachvollziehen.

http://finanzberichte.postbank.de/2009/gb/vorwortdesvorstandsvorsitzenden.html?cat=m

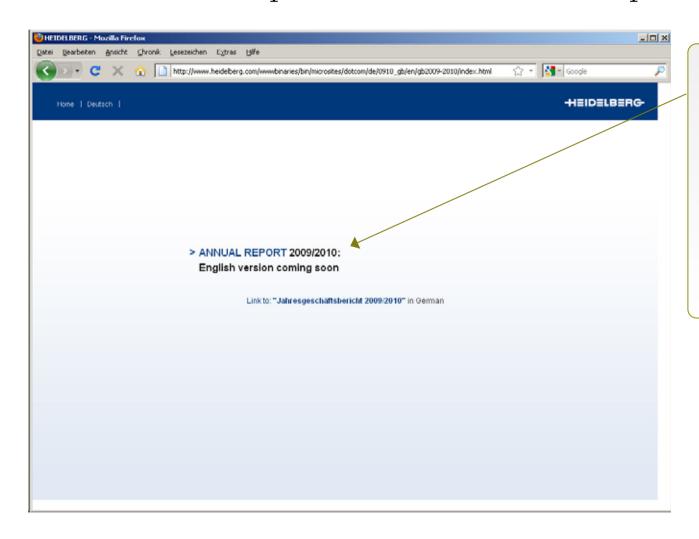




Der Online-Geschäftsbericht ist in die Corporate Website des Unternehmens integriert, d. h. durch einen Klick auf einen horizontalen Navigationspunkt verlässt der Leser sofort den Bericht.

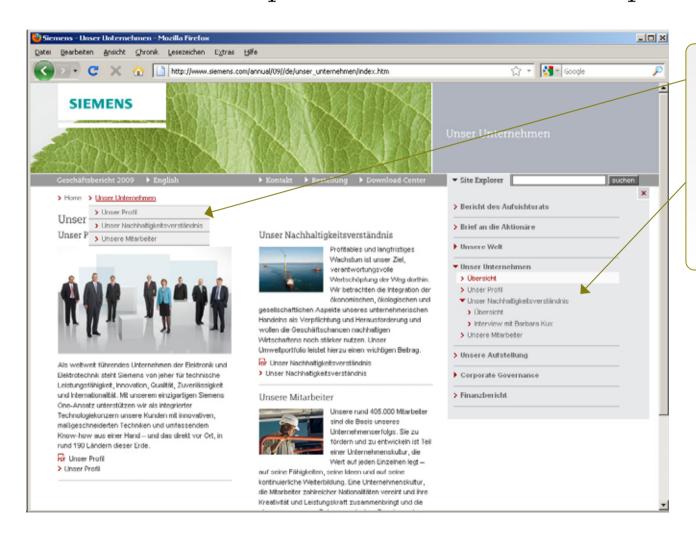
Mühsam muss der Leser den Pfad zum Geschäftsbericht zurück über den Navigationspunkt Investor Relations > Finanzberichte > 2009 wiederfinden.





Die Heidelberger
Druckmaschinen bieten ihren
Online-Geschäftsbericht 2009
nur in deutscher Sprache an.
Wann der englisch Bericht
folgen wird, ist leider nicht
genauer spezifiziert, dennoch
ist es fraglich, inwieweit es die
Stakholder 3 Monate nach
Beendigung des Geschäftsjahres noch interessieren wird.





Die Navigation auf einer Webseite spielt eine entscheidende Rolle. Finden sich Leser im Online-Geschäftsbericht nicht zurecht und verlieren den Überblick, werden sie früher oder später aufgeben und die Seite verlassen.

http://www.siemens.com/annual/09//de/unser unternehmen/index.htm



2. Design





Bewertungskriterien im Bereich Design

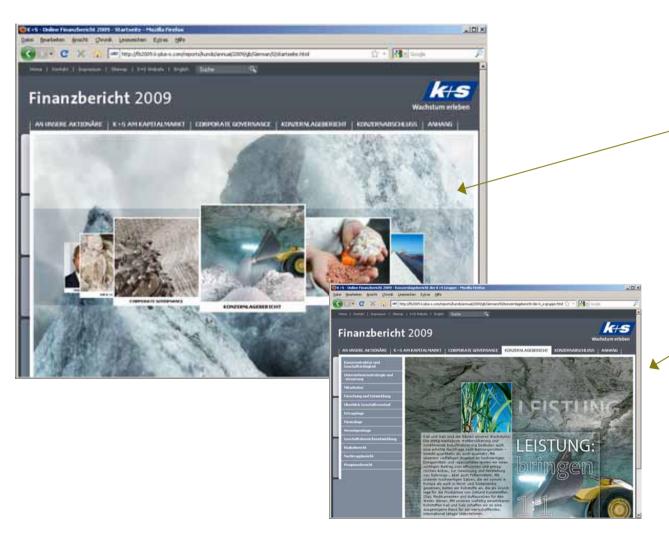
- Gesamteindruck des Designkonzepts
- Verwendung wesentlicher Gestaltungselemente des Corporate Designs
- Webgerechte Adaption der Visuals des gedruckten Berichts
- < Nutzerfreundliche Gestaltung der:
 - < Navigation, Überschriften, Fließtexte und Links
 - Inhaltsbereiche bezüglich der Größen, Abstände & Textmengen
 - < Tabellen, Grafiken und Schaubilder
- Einsatz von Multimedia wie Video, Audio & Animationen



Unternehmen mit sehr guten bis zufriedenstellenden Ergebnissen im Bereich Design

Sehr gutes Design	Gutes Design	Zufriedenstellendes Design
DAIMLER LANXESS	BASF DEMAG CRANES DEUTSCHE BANK DEUTSCHE EUROSHOP DEUTSCHE LUFTHANSA DEUTSCHE POST DEUTSCHE POSTBANK DEUTSCHE TELEKOM HANNOVER RÜCKVERSICHERUNG K+S LINDE MLP RWE THYSSENKRUPP VOLKSWAGEN WACKER CHEMIE WINCOR NIXDORF	ADIDAS BAYER BMW FRESENIUS MEDICAL CARE FRESENIUS HEIDELBERGER DRUCKMASCHINEN HUGO BOSS MERCK SAP

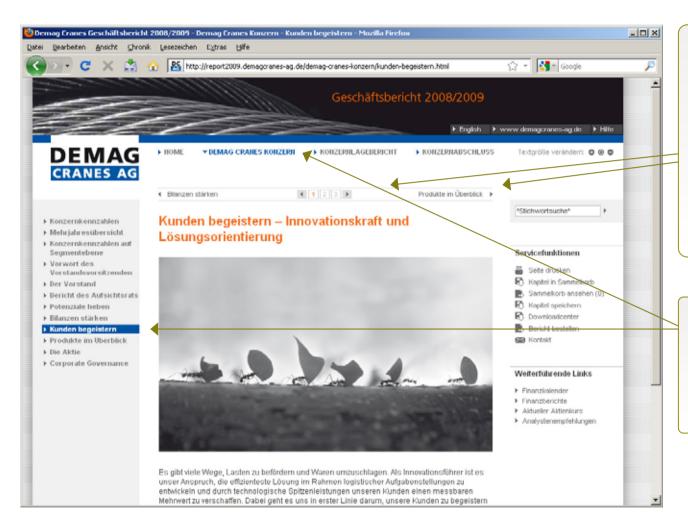




Einen schnellen Einstieg in die Kapitel des Online-Berichts ist über die horizontale Navigation sowie über die Teaserbilder möglich.

Kapiteleinstiegsseiten werden durch onlineoptimierte Grafiken aufgelockert, zudem sind die enthaltenen Texte barrierefrei in HTML erstellt.





Eine lineare Kapitelnavigation sowie eine Seitennavigation erleichtern das Lesen des Online-Geschäftsberichts. Scrollen bei lange Seiten und das Suchen des nächsten Navigationselements entfallen und der Leser kann sich auf das Wesentliche konzentrieren.

Das Hervorheben der aktuellen Seite in der horizontalen sowie vertikalen Navigation hilft dem Leser, die Übersicht über den Bericht zu bewahren.

http://report2009.demagcranes-ag.de/demag-cranes-konzern/kunden-begeistern.html



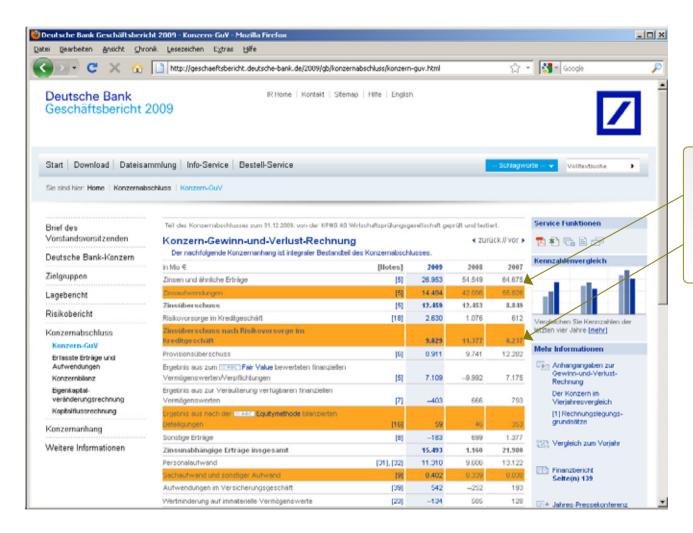


Vom Einsatz multimedialer Inhalte wird bei vielen Online-Geschäftsberichten noch Abstand genommen.

Die Münchener Rück AG bietet als eine der wenigen ein authentisches Interview in ihrem 3:0 Magazin.

http://report2009.munichre.com/de/30-das-magazin.html

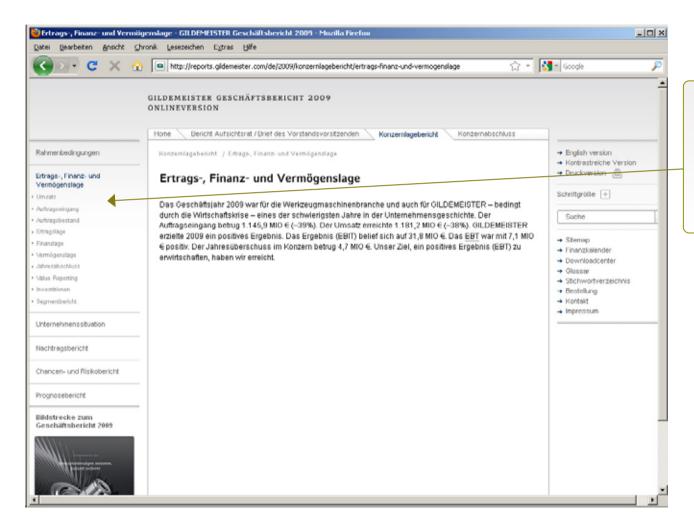




Ein Hervorheben der Tabellenzeilen ermöglicht dem Leser, die für ihn wichtigen Zahlen hervorzuheben und zu markieren.

http://geschaeftsbericht.deutsche-bank.de/2009/gb/konzernabschluss/konzern-guv.html

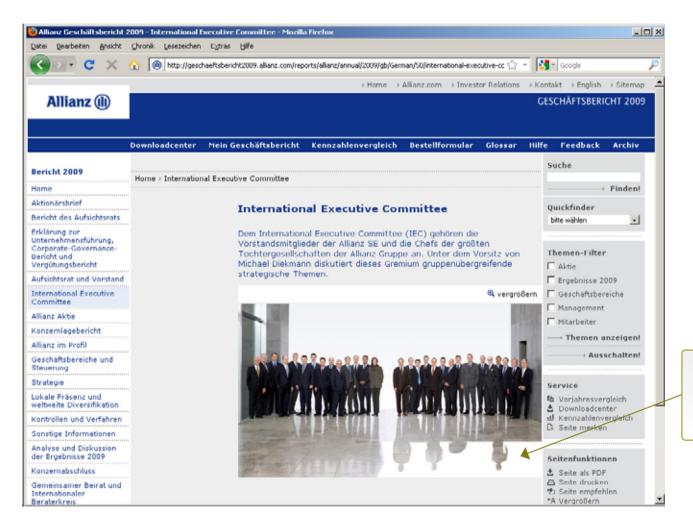




Die Navigation ist in einer sehr kleinen Schriftgröße abgebildet, selbst gesunde Augen haben hier ihre Schwierigkeiten, die Unterpunkte zu erkennen.

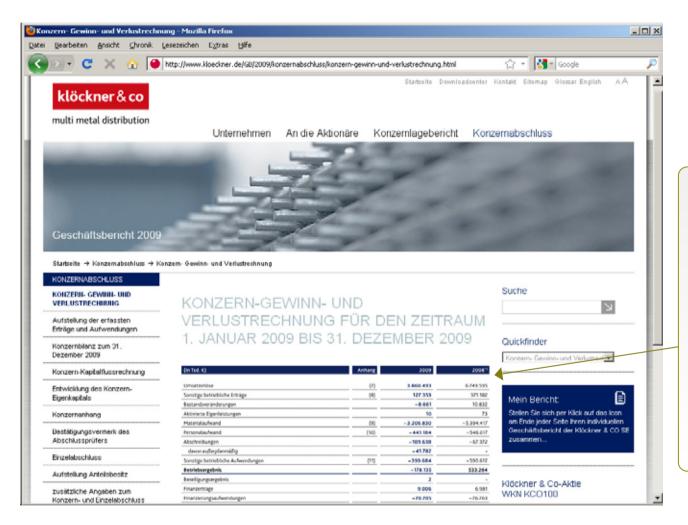
http://reports.gildemeister.com/de/2009/konzernlagebericht/ertrags-finanz-und-vermogenslage





Augenfällige Fehler in der Bildretusche sollten unbedingt vermieden werden.



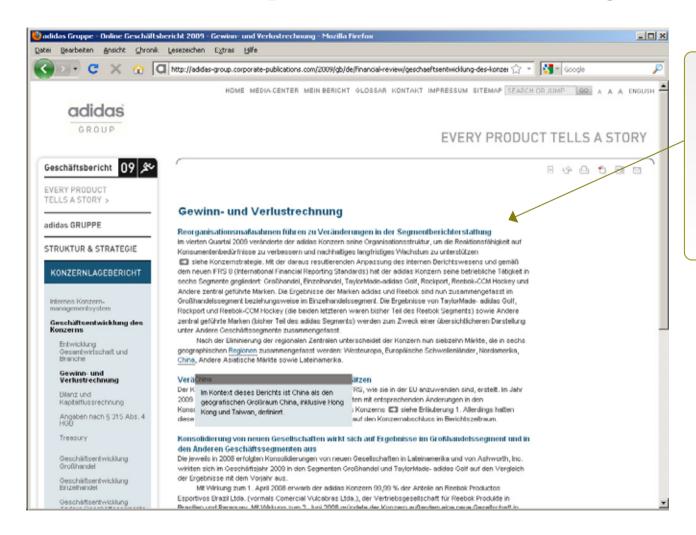


Bei einem vollwertigen HTML-Bericht sollten auch die Tabellen codiert sein. Oft werden Bilder hinterlegt oder unschöne Scrollbalken angeboten.

Die hinterlegten Bilder einer Tabelle bieten keinerlei Verlinkungsmöglichkeiten und sind zudem auch oft nicht lesbar aufgrund ihrer kleinen Schrift oder Auflösung.

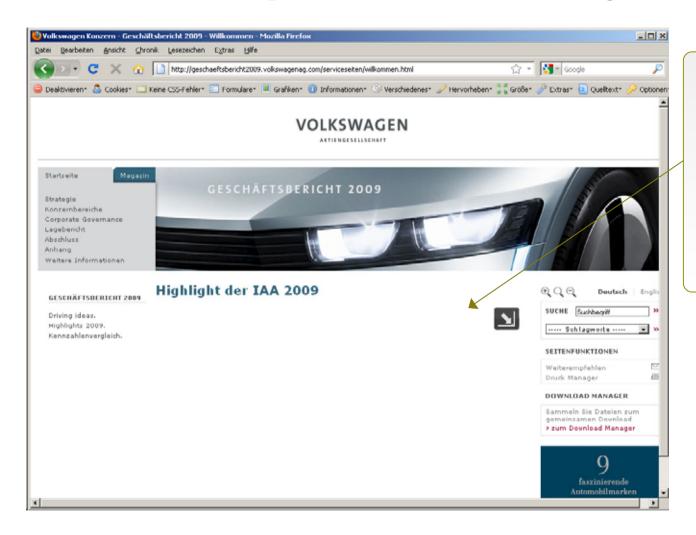
http://www.kloeckner.de/GB/2009/konzernabschluss/konzern-gewinn-und-verlustrechnung.html





Viel Text in kleiner Schrift und ohne gut getrennte Absätze erschweren das Lesen langer Seiten und machen gesunde Augen schnell müde. Zudem lassen die Einzüge im Web den Flattertext noch unruhiger und unschön wirken.

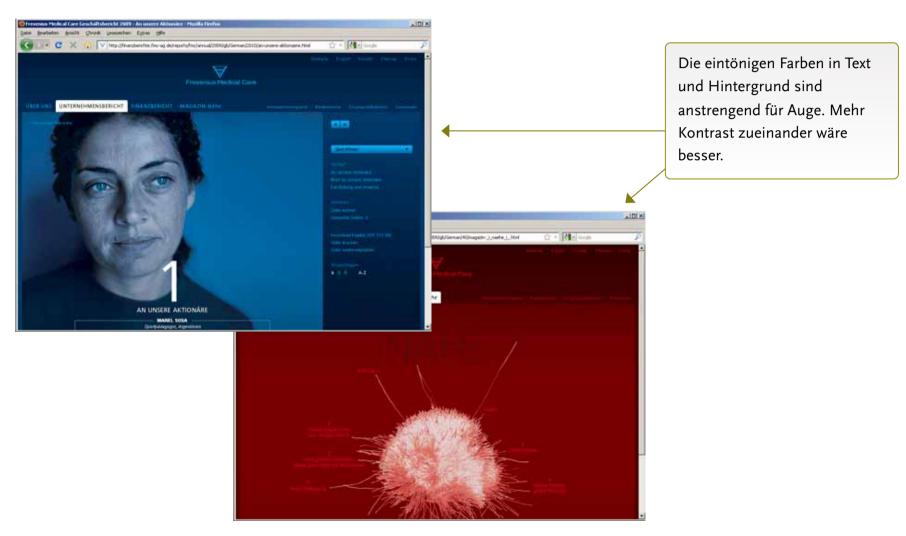




Leider werden Flash-Inhalte nicht dargestellt, wenn das benötigte Plug-In nicht installiert ist.

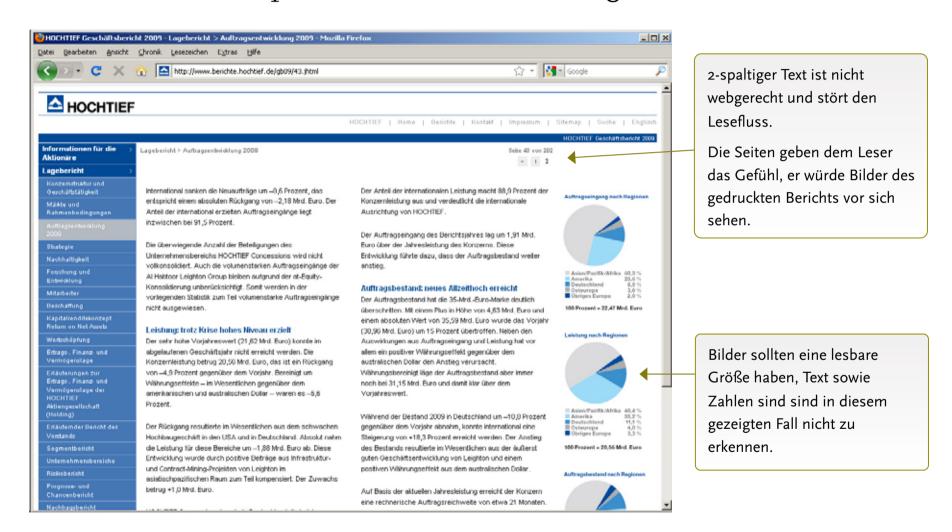
Der Leser findet einen leeren Inhaltsbereich vor, ohne den Hinweis, dass ein Plug-In zur Darstellung des Inhalts benötigt wird.





http://finanzberichte.fmc-ag.de/reports/fmc/annual/2009/gb/German/2010/an-unsere-aktionaere.html http://finanzberichte.fmc-ag.de/reports/fmc/annual/2009/gb/German/40/magazin- i naehe i .html

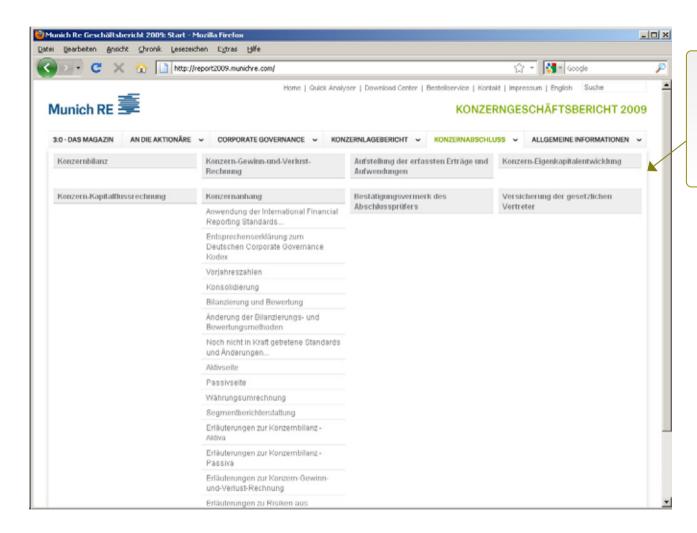




http://www.berichte.hochtief.de/gb09/43.jhtml



Worst-Practice-Beispiele aus dem Bereich Design



Eine Pop-up-Navigation ist oft schön anzusehen, doch sollte auf die Größe und Strukturierung geachtet werden.

http://report2009.munichre.com



3. Service





Bewertungskriterien im Bereich Service

- Angebot & Qualität der Self-Services:
 - < Druckfunktion
 - < Individuelle Zusammenstellung
 - < Downloadmöglichkeiten & Bestellung
- < Angebot & Qualität der Suchfunktionen
 - < Volltextsuche
 - < Stichwortsuche
 - < Sitemap
- < Hilfestellungen wie Glossar und Hilfeseiten
- Angebot von Dialog/Informationsangeboten wie Kontaktseiten, Feedbackmöglichkeiten,
 Weiterempfehlungsfunktionen und Newsfeeds



Unternehmen mit sehr guten bis zufriedenstellenden Ergebnissen im Bereich Service

Sehr guter Service	Guter Service	Zufriedenstellender Service
ALLIANZ	BASF BAYER DEUTSCHE POST DEUTSCHE POSTBANK HANNOVER RÜCKVERSICHERUNG	ADIDAS COMMERZBANK DEMAG CRANES DEUTSCHE BANK DEUTSCHE EUROSHOP DEUTSCHE LUFTHANSA DEUTSCHE TELEKOM LANXESS LINDE MLP SAP THYSSENKRUPP VOLKSWAGEN WACKER CHEMIE





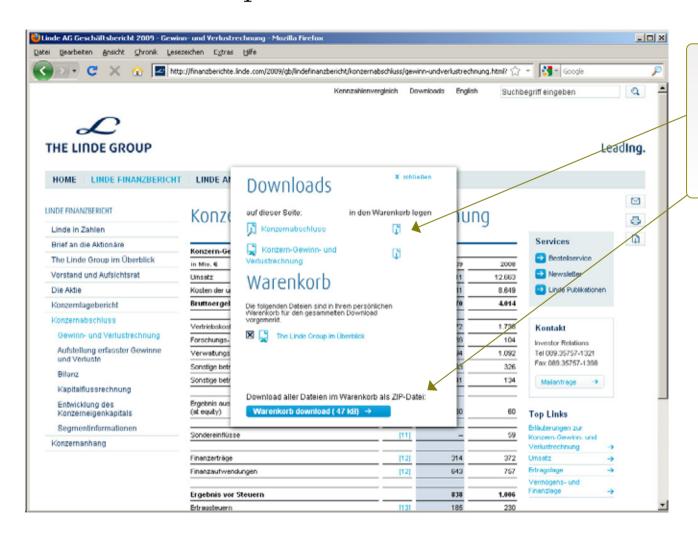
Suggests erweitern die normale Suche, indem sie bereits beim Tippen eines Suchworts, das eine entsprechende Präfix besitzt, mit einer geschätzten Trefferzahl anzeigen.

Zudem bietet der Bericht die Funktion "Hören statt lesen".

Einige Kapitel wurden professionell vertont und können im Downloadcenter komplett heruntergeladen werden.

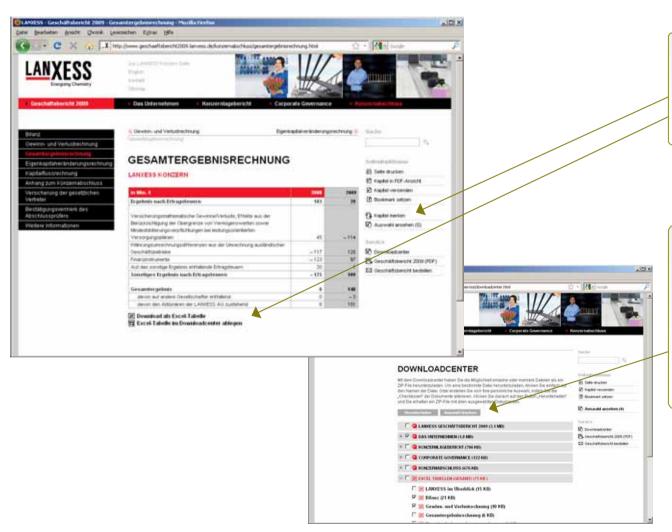
Dies ist zum einen sehr anwenderfreundlich und zum anderen ist es ein weiterer Schritt in Richtung Barrierefreiheit.





Seitenspezifisch kann der Leser einzelne Kapitel sowie verfügbare Excel-Dateien seinem Sammelkorb hinzufügen und schließlich als Zip-Datei herunterladen.



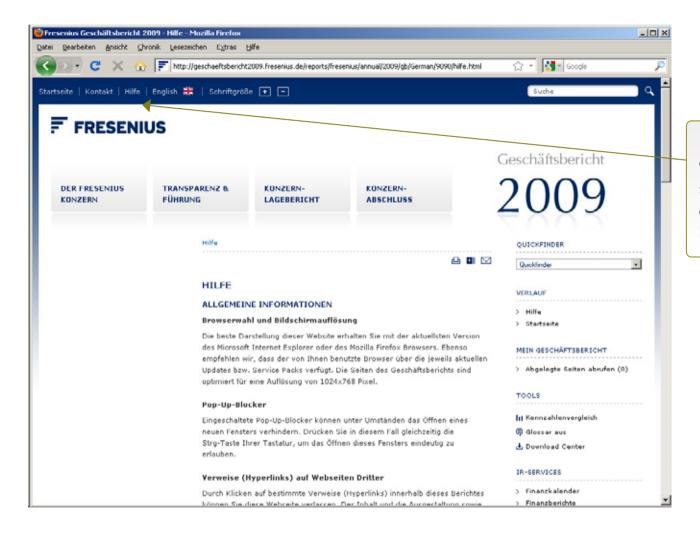


Auch LANXESS bietet die Möglichkeit, einzelne Kapitel und Excel-Dateien dem Downloadcenter hinzuzufügen.

Im Downloadcenter kann die vorher getätigte Auswahl noch einmal bearbeitet werden. Weitere Inhalte können hinzugefügt oder entfernt werden und am Ende als Zip-Datei heruntergeladen werden.

http://www.geschaeftsbericht2009.lanxess.de/konzernabschluss/gesamtergebnisrechnung.html

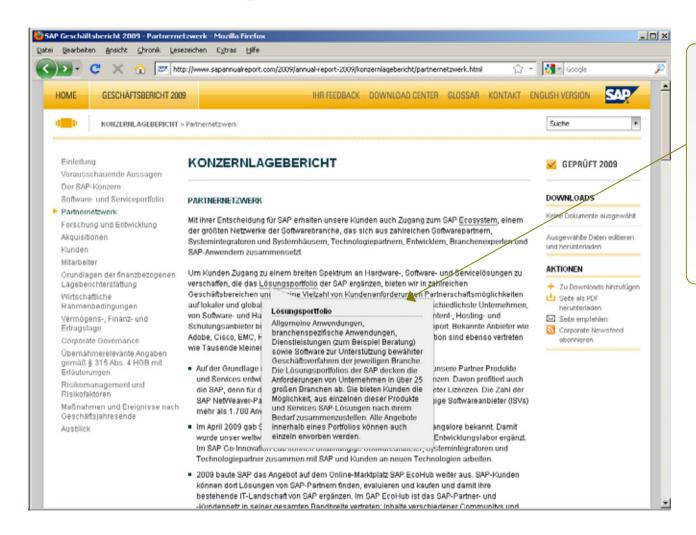




Eine Hilfeseite erklärt die Grundlegenden Funktionen sowie Serviceleistungen, die der Online-Geschäftsbericht zu bieten hat.

http://geschaeftsbericht2009.fresenius.de/reports/fresenius/annual/2009/gb/German/9090/hilfe.html



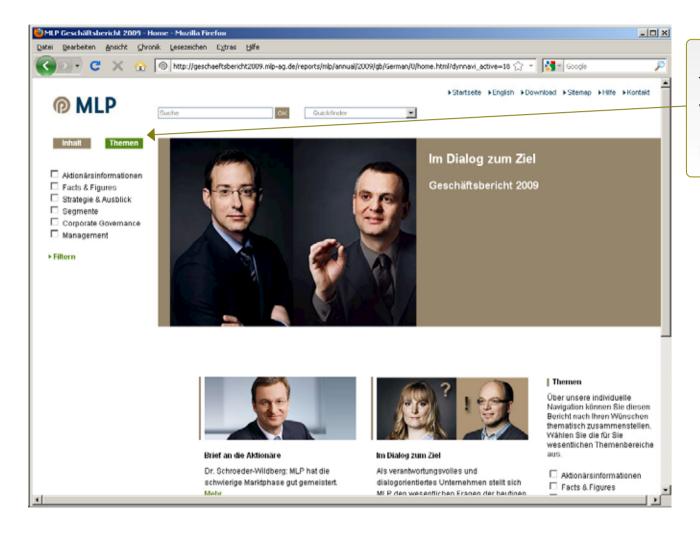


Fachbegriffe werden im Text hervorgehoben dargestellt und bereits beim Mouse-Roll-Over dargestellt.

Dies ermöglicht dem Leser schnell und ohne einen Wechsel zur Glossar-Übersichtsseite, die Erklärung des Fachbegriffs zu lesen.

http://www.sapannualreport.com/2009/annual-report-2009/konzernlagebericht/partnernetzwerk.html

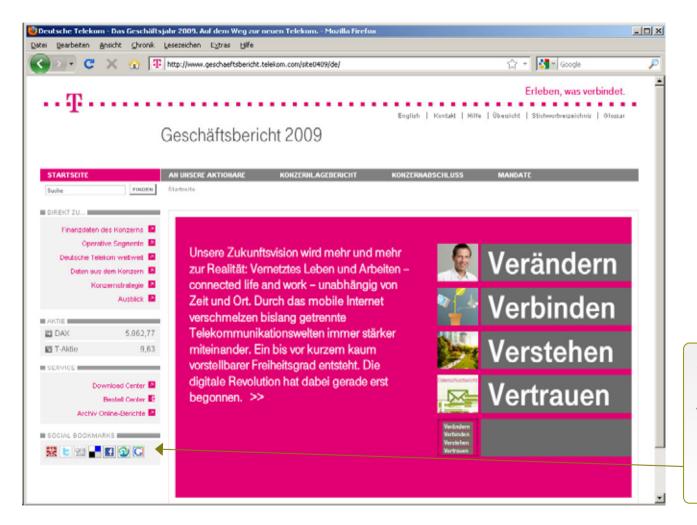




Durch die Filterung spezieller Themen kann dem Leser eine verkürzte von ihm gewählte Navigation des Geschäftsberichts angeboten werden.

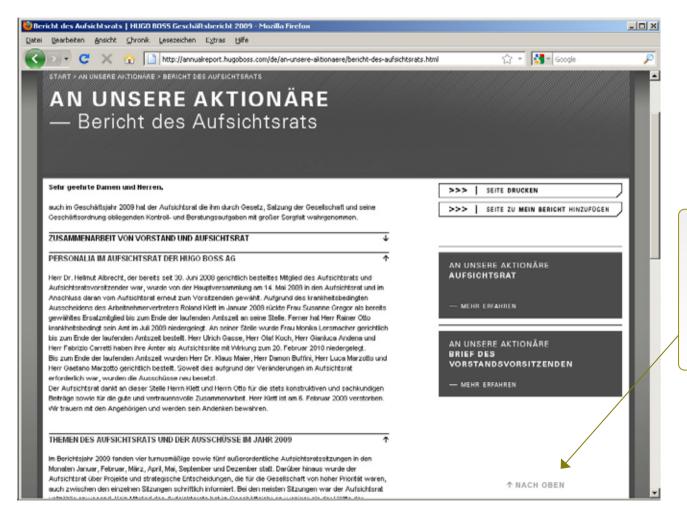
http://geschaeftsbericht2009.mlp-ag.de/reports/mlp/annual/2009/gb/German/0/home.html?dynnavi active=1&dynnavi=show





Social Bookmarks sind auf immer mehr Websites vorzufinden. Hier kann der Leser Wissenswertes und Informatives seinem Netzwerk hinzufügen.

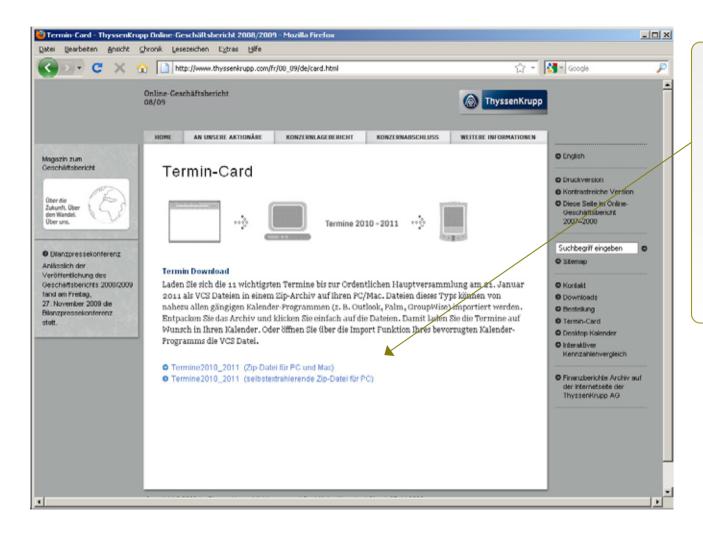




Lange Inhaltstexte können mit Hilfe von Ankern oder wie hier durch Aufklapptexte und einer dazu mitlaufenden "Nach oben"-Funktion dargestellt werden.

http://annualreport.hugoboss.com/de/an-unsere-aktionaere/bericht-des-aufsichtsrats.html

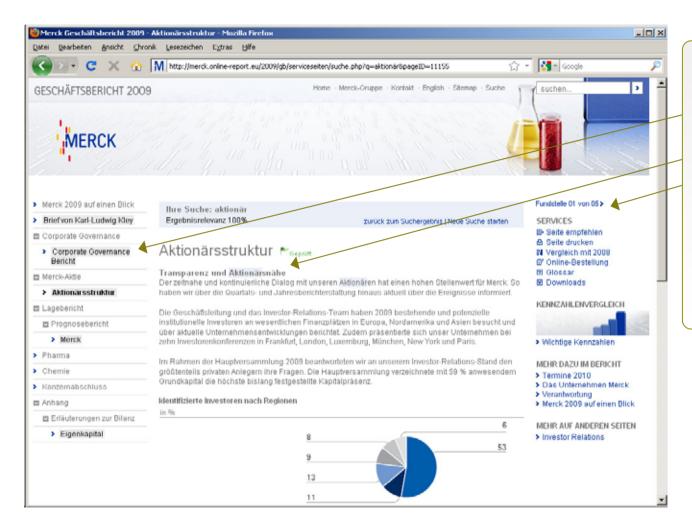




Wie schon im Online-Geschäftsbericht 2008 bietet ThyssenKrupp auch in diesem Jahr wieder relevante Termine als Desktop-Kalender und Termin-Card zum Herunterladen an.

Die Termine können anschließend schnell und bequem in Qutlook oder Palm importiert werden.



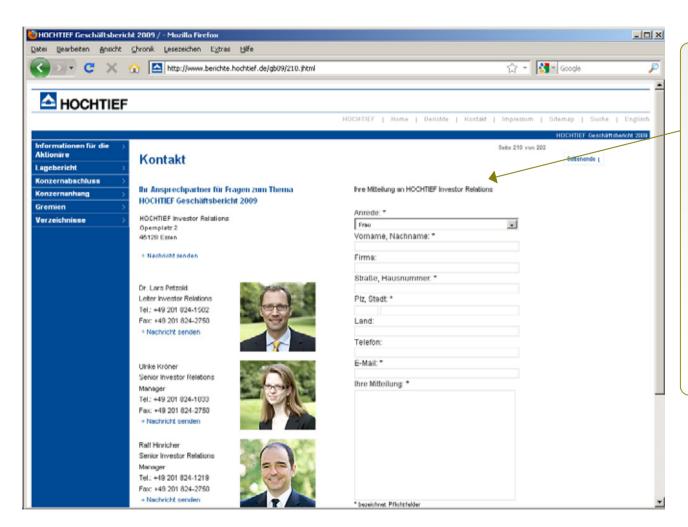


Viele Berichte bieten eine Volltextsuche, doch nur wenige bieten weiteren Service dazu.

Die Volltextsuche stellt das Suchwort in der Navigation sowie dem Inhaltsbereich hervorgehoben dar. Außerdem können die Fundstellen nacheinander durchgegangen werden und ersparen so eine erneute Suche.

http://merck.online-report.eu/2009/gb/serviceseiten/suche.php?q=aktion%C3%A4r&pageID=11155

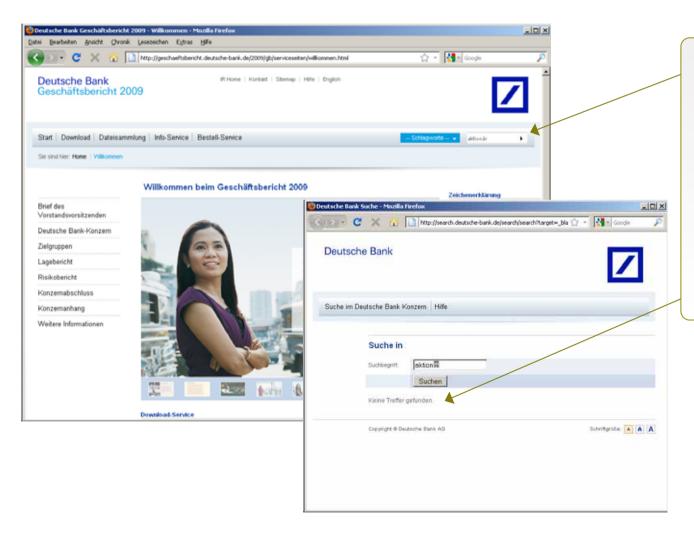




Ein unternehmensspezifischer Kontakt schafft Vertrauen und ermöglicht es, sein Anliegen an die richtige Person weiterzuleiten.

Durch einen Klick auf "Nachricht senden" neben jedem Ansprechpartner ändert sich der Empfänger. Durch den Einsatz eines Formulars ist nicht nur ein besserer Komfort gegeben, sondern es bleibt auch die persönliche E-Mail-Adressen anonym.



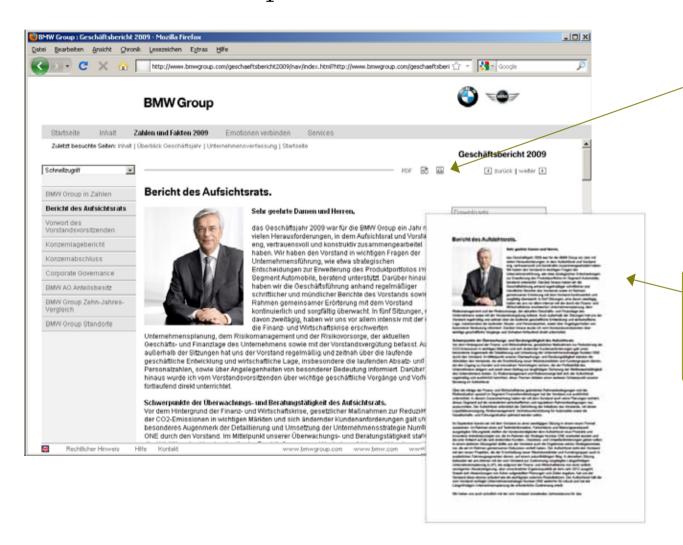


Bei einigen Berichten treten Fehler bei der Suche auf, einige haben Probleme mit Umlauten, wie hier zu sehen, andere liefern gar keine Ergebnisse.

Das frustriert den Leser und hinterlässt den Eindruck, dass zum gesuchten Begriff im Online-Geschäftsbericht nichts zu finden ist.

http://geschaeftsbericht.deutsche-bank.de/2009/gb/serviceseiten/willkommen.html

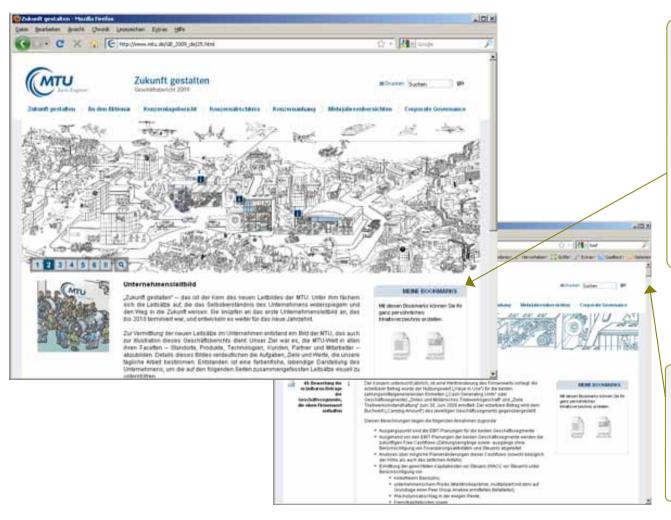




Viele Berichte haben eine integrierte Druckfunktion, damit nur Inhalte ohne Navigationselemente und Servicefunktionen gedruckt werden.

Dieser Ausdruck des Inhaltsbereichs beschränkt sich auf eine Seite, somit ist kein kompletter Ausdruck möglich.





Servicefunktionen gehören zum Standard, an den sich die Leser gewöhnt haben, leider werden sie hier enttäuscht. Dem Leser wird einzig und allein eine Art Sammelkorb zum Ablegen interessanter Inhalte geboten, Drucken oder Herunterladen dieser Inhalte sind nicht möglich.

Lange Seiten sollten durch die Verwendung einer zusätzlichen Navigationsebene oder anderen Designelementen realisiert werden.



4. Technik





Bewertungskriterien im Bereich Technik

- < Zugänglichkeit der Inhalte:
 - < HTML-Aufbereitung der Inhalte
 - < Alternativtexte für Bilder, Grafiken, Filme
 - < Skalierbarkeit der Seite
 - < Browserübergreifende Funktionstüchtigkeit
 - < Nutzbarkeit bei Bildschirmauflösungen ab 1024x768
 - < Alternativlösungen für Flash, JavaScript
 - < Nutzerfreundliche Ladezeiten & Downloadgrößen
- < Einhaltung von Web-Standards:
 - < Dokumententitel & Meta-Tags
 - < Semantisch korrekte Auszeichnung
 - < HTML- & CSS-Validierung



Unternehmen mit sehr guten bis zufriedenstellenden Ergebnissen im Bereich Technik

Sehr gute Technik	Gute Technik	Zufriedenstellende Technik			
ALLIANZ BAYER DEMAG CRANES DEUTSCHE POST GILDEMEISTER HANNOVER RÜCKVERSICHERUNG LINDE LANXESS MERCK MLP	BASF CONTINENTAL DEUTSCHE BANK DEUTSCHE EUROSHOP DEUTSCHE LUFTHANSA FRESENIUS MEDICAL CARE FRESENIUS SE K+S METRO THYSSENKRUPP WACKER CHEMIE WINCOR NIXDORF	ADIDAS BILFINGER BERGER BMW CELESIO COMMERZBANK DAIMLER DEUTSCHE POSTBANK DEUTSCHE TELEKOM DOUGLAS HOLDING HEIDELBERGER DRUCKMASCHINEN SALZGITTER SAP SIEMENS TUI VOLKSWAGEN			





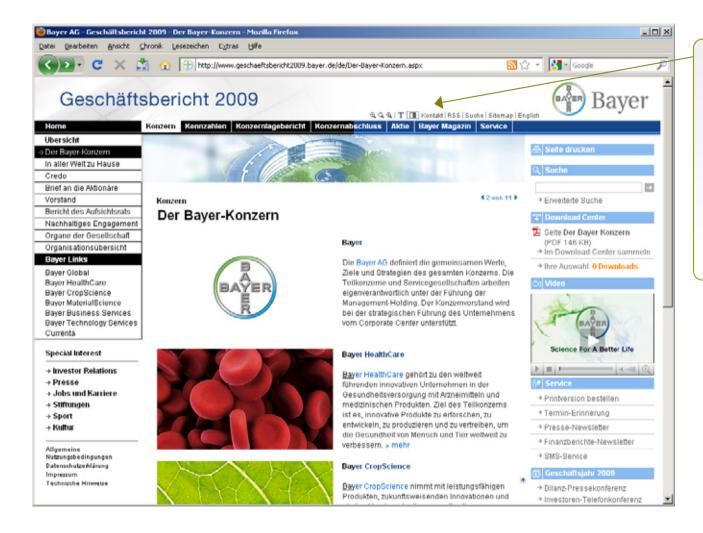
Nur wenige Berichte sind vollständig entsprechend des HTML und CSS W₃C Web-Standards programmiert.

Die Einhaltung der Webstandards verbessert die Chancen, dass die Berichte auch in den nächsten Jahren für Besucher mit weiterentwickelten oder neuen Browsern richtig dargestellt werden.



http://finanzberichte.postbank.de/2009/gb/serviceseiten/willkommen.html



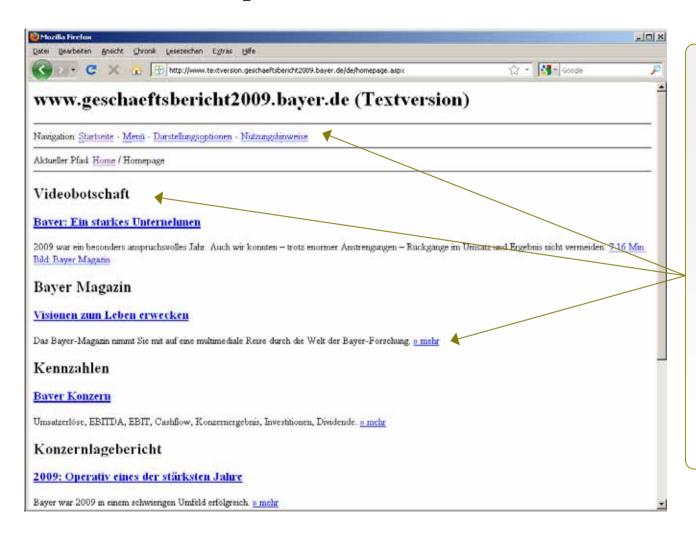


Bislang bieten nur 5 Online-Geschäftsberichte einen Service zum Ändern der Kontrasteinstellungen.

Leser mit einer Augenschwäche haben hier die Möglichkeit, auf eine optimale Farbkombination schwarz-weiß umzuschalten.

http://www.geschaeftsbericht2009.bayer.de/de/homepage.aspx

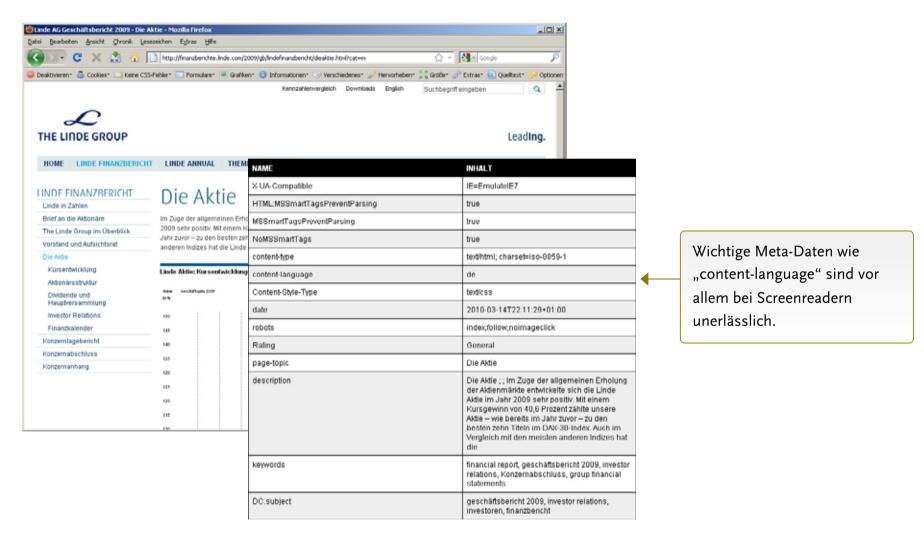




Die Textversion des Berichtes (= deaktivierte Style-Sheet-Datei) zeigt, dass hier vorbildlich zwischen strukturellen Elementen (HTML) und Formatierung (CSS) unterschieden wurde.

Überschriften in verschiedenen Hierarchien, Links,
Listen und Absätze wurden mit den korrekten HTML-Tags ausgezeichnet und sind dementsprechend für Suchmaschinen und Screenreader eindeutig als entsprechendes Element identifizierbar.





http://finanzberichte.linde.com/2009/gb/lindefinanzbericht/dieaktie.html?cat=m





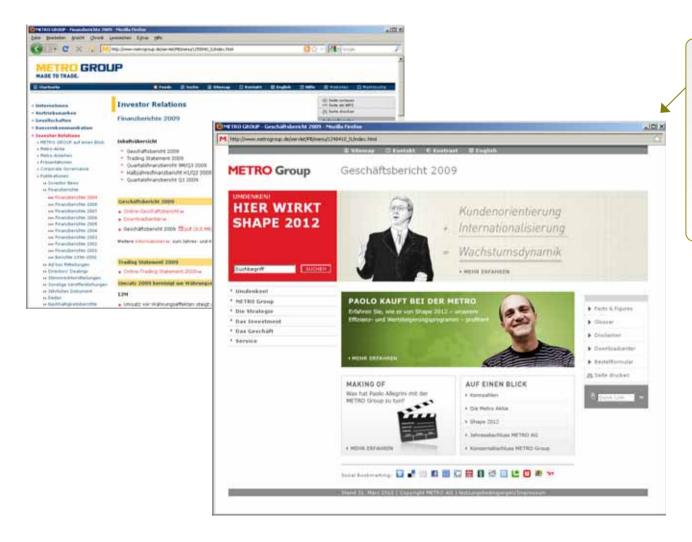
Der Titel einer Webseite sollte zur klaren Identifikation genutzt werden, dadurch weiß der Leser auf einen Blick, wo er sich befindet.

Auch Screenreader greifen auf dieses Element zu und verhelfen so zu einer besseren Übersicht.

Eine Einstellung der stufenweisen Vergrößerung der Webseite ist gerade für Leser mit einer Sehschwäche von Vorteil.

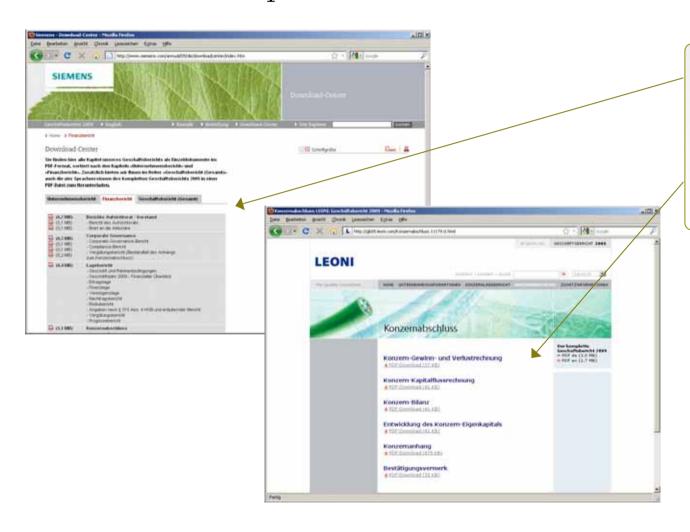
http://report2009.demagcranes-ag.de/





Der Online-Geschäftsbericht öffnet sich in einem Pop-up-Fenster ohne die bekannten Browserfunktionen. Dem Leser fehlen dadurch wichtige Funktionen, welche die Services des Berichts nicht aufheben.





Beide Geschäftsberichte wurden nicht konsequent und vollständig in HTML erstellt. Der Konzernabschluss sowie der Anhang stehen dem Leser nur als PDF-Dokument zur Verfügung.



Darstellungsformen der Online-Geschäftsberichte



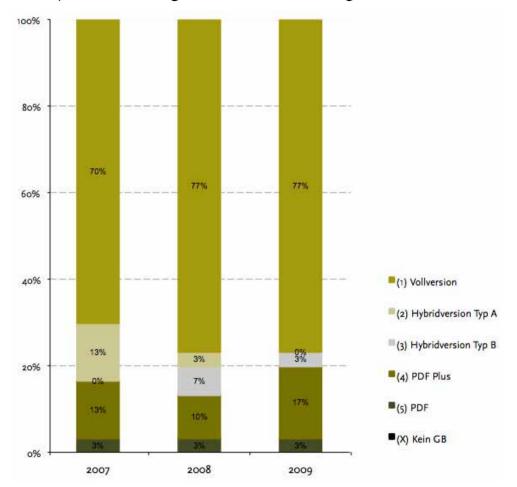


Darstellungsformen der Online-Geschäftsberichte

vollständig realisierbarteilweise realisierbarnicht realisierbar	Gute Usability	Webspe- zifisches Corporate Design	Querver- linkungen	Self- Services	Barriere- freiheit	Such- maschinen- freundlich- keit
Vollversion						
Ein vollständig in HTML aufbereiteter Online- Geschäftsbericht.		•	•	•	•	•
Hybrid HTML/Bild						
Texte sind als HTML eingestellt. Tabellen sind als Bilder eingestellt.	•	•	•	•	0	•
Hybrid PDF/HTML						
Der Bericht ist als PDF eingestellt. Einige Abschnitte/Tabellen sind in HTML aufbereitet.	•	•	0	•	0	•
PDF Plus						
Die PDF-Datei ist in ein Webinterface mit Basisfunktionen integriert.	•	•	0	•	0	•
PDF*						
Der Bericht ist als normales PDF-Dokument eingestellt.	0	0	0	0	0	0
* Eine nicht-barrierefreie aufbereitete PDF-Datei.						



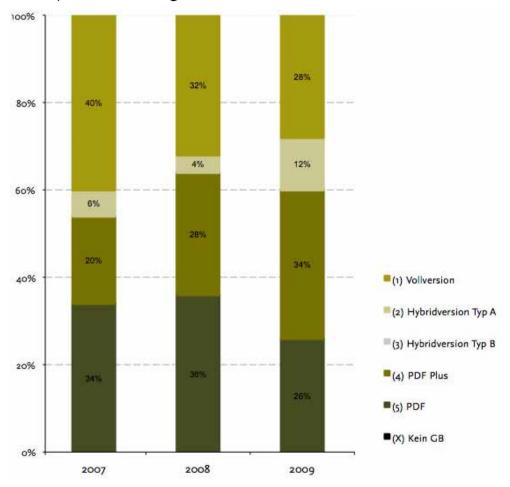
Darstellungsformen Online-Geschäftsberichte 2007 bis 2009 in den DAX30 Unternehmen



- Die Anzahl an DAX30-Unternehmen mit vollwertigen Online-Geschäftsberichten stieg von 21 (2007), auf 23 (2008, 2009) an.
- Oer Anteil der PDF Plus-Berichte variierte. Die Anzahl verringerte sich von 4 (2007) auf 3 (2008), stieg im Jahr 2009 wieder auf 5 an.
- Unternehmen veröffentlichte den Geschäftsbericht zum Teil als HTML-Webversion, zum anderen als PDF.
- Die Anzahl der Unternehmen, welche das Potenzial des Webs zur Darstellung ihres Berichtes überhaupt nicht nutzen, blieb konstant, 1 (2007, 2008, 2009).



Darstellungsformen Online-Geschäftsberichte 2007 bis 2009 in den MDAX Unternehmen



- Die Anzahl an MDAX Unternehmen mit vollwertigen Online-Geschäftsberichten verringerte sich stetig von 20 (2007), 16 (2008) auf 14 (2009).
- Bislang gab es nur 2 (2008)
 Geschäftberichte, die in HTML angefertigt wurden, aber dennoch Tabellen als Bilder hinterlegten. Im Jahr 2009 stieg die Anzahl auf 6 Online-Berichte.
- Auch die Anzahl der Unternehmen, welche sich für die PDF Plus-Variante entschieden, erhöhte sich deutlich von 10 (2007), 14 (2008) auf 17 (2009). Diese Low-Budget-Variante bietet zumindest Basis-Servicefunktionen an und erhöht somit den Nutzungskomfort im Vergleich zu einer herkömmlichen PDF-Datei.
- Oer bereits bei den Berichten 2008 relativ hohe Anteil an Unternehmen (18), welche das Potenzial des Webs zur Darstellung ihres Berichtes überhaupt nicht nutzen, sank erfreulicherweise 2009 auf 13.



Hamburg

Kirchhoff Consult AG Herrengraben 1 D - 20459 Hamburg +49.40.609.186.0 info@kirchhoff.de

Wien

Kirchhoff Consult AG Zwillinggasse 1 A - 1190 Wien +43.1.318.04.50 kirchhoff@utanet.at

Suzhou

Kirchhoff Suzhou Consulting & Services Co., Ltd. 28 Airport Road Suzhou Industrial Park Suzhou 215021

Istanbul

Kirchhoff Consult AG 38 Ada Ata 3-1 d:167 34758 Atasehir-Istanbul Istanbul

© Copyright < Diese Präsentation ist geistiges Eigentum der Kirchhoff Consult AG. Eine Weitergabe an Dritte ist ebenso wie die Verwendung und Verwertung ganz oder in Teilen untersagt.