

RYZE DIGITAL

RYZE DIGITAL

# Corporate Reporting im Umbruch: Trends & KI in der Praxis

---

Juni 2025

AGENDA

# Corporate Reporting im Umbruch: Trends & KI in der Praxis

01

## Medienportfolio

Online, PDF  
& Tech

02

## Content

Image, Motto &  
Serviceoptionen

03

## Nachhaltigkeit

ESRS-Umsetzung,  
Umfang, Gestaltung

04

## KI

Features in  
Workiva und  
darüber hinaus

05

## Trends

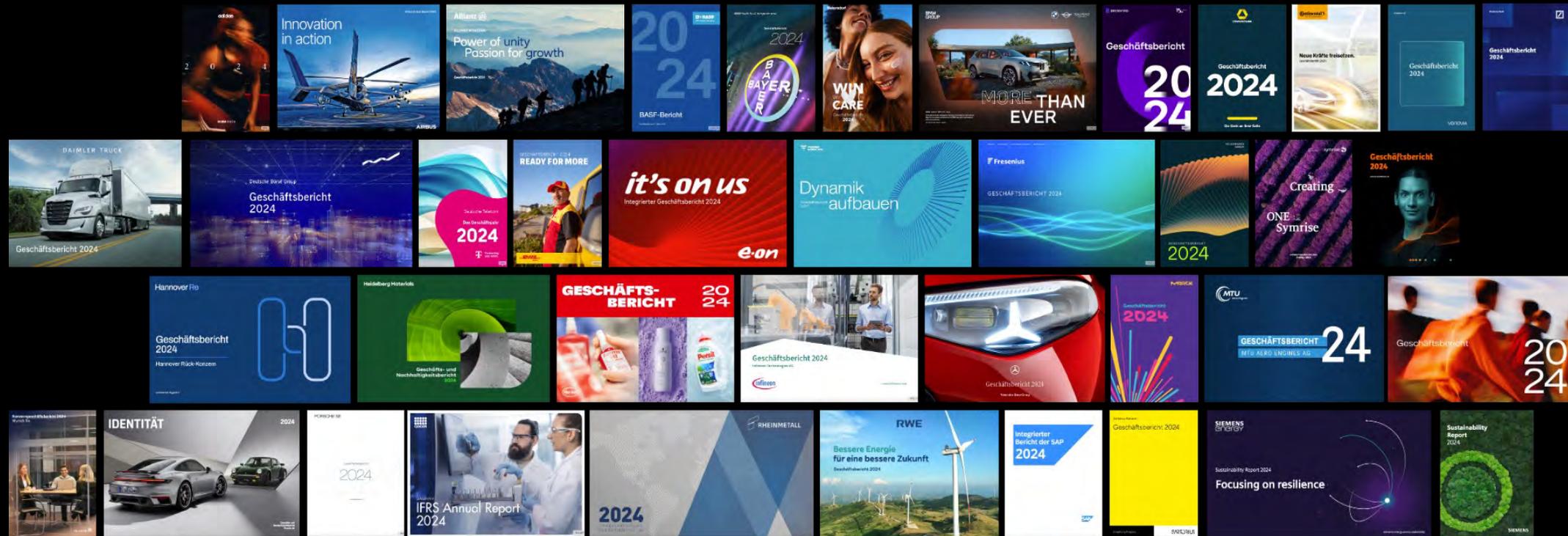
Thesen und  
Ausblicke

06

## Diskussion

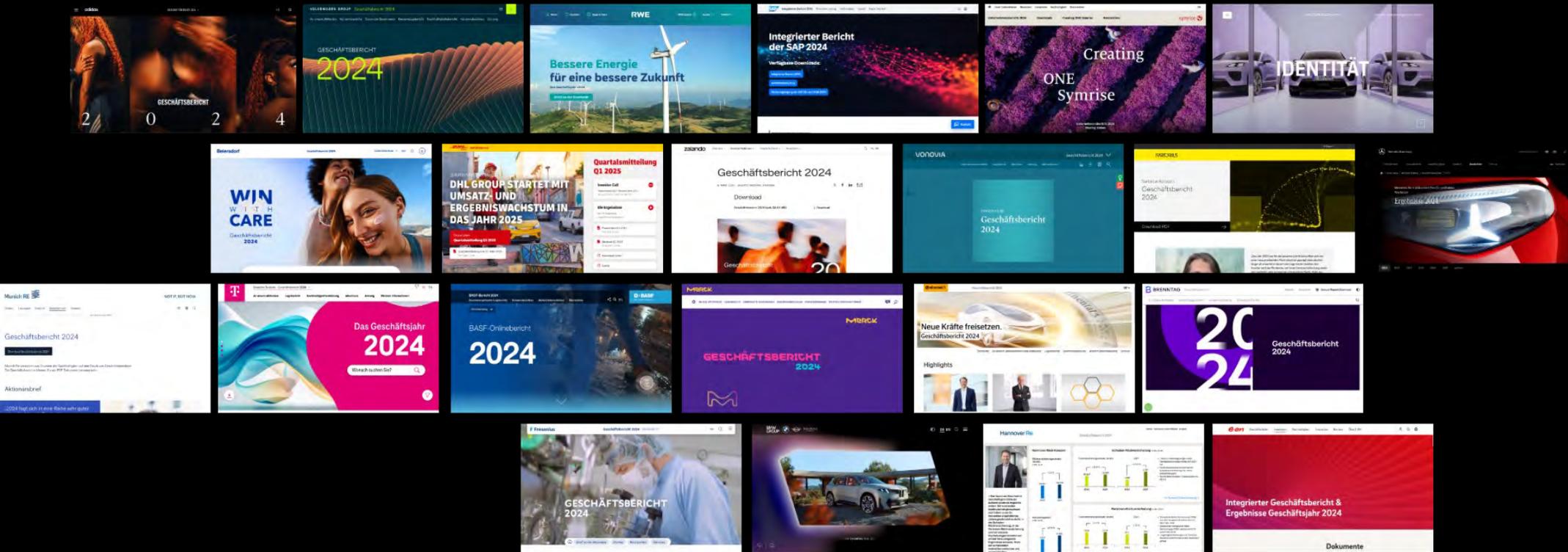
# Die DAX-40-Geschäftsberichte 2024

PDF



# Die DAX-40-Geschäftsberichte 2024

## Online



RYZE DIGITAL

01

# Medienportfolio: Online, PDF & Tech



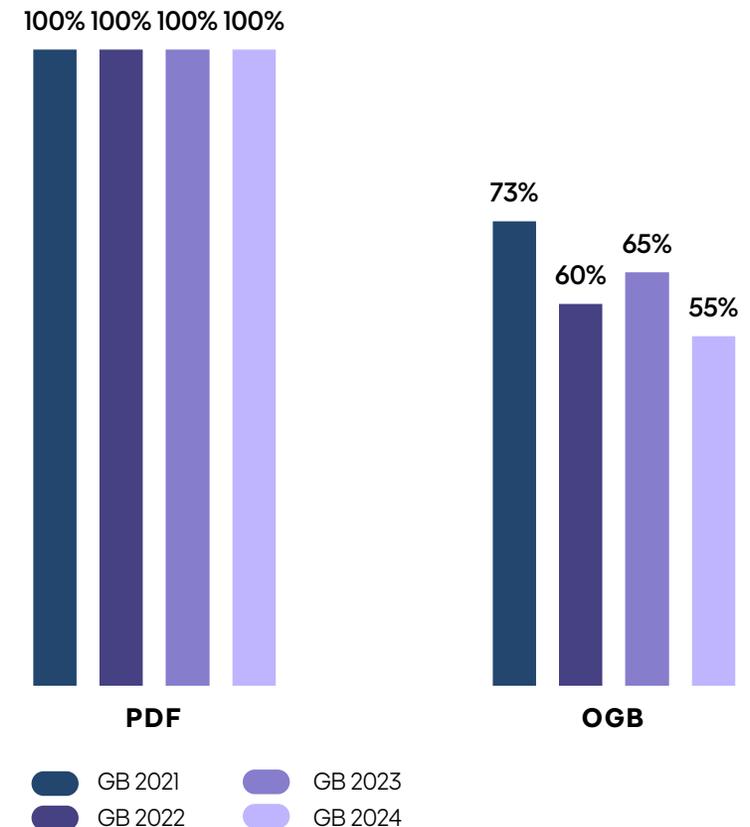
# Formate im Medienportfolio

## 4-Jahres-Vergleich

Wie auch in den Vorjahren: Das **PDF** bleibt ein **unverzichtbares Medium** für Geschäftsberichte. Alle Unternehmen (**40**) stellen die Geschäftszahlen als PDF zur Verfügung.

Nachdem die Online-Geschäftsberichte (OGB) im letzten Jahr im Vergleich zum Vorjahr leicht anstiegen, sinkt die Anzahl nun wieder. **55 % (22)** der Unternehmen stellen eine Onlineversion ihrer Berichterstattung zur Verfügung.

Printberichte und Apps spielen seit einigen Jahren keine Rolle mehr.

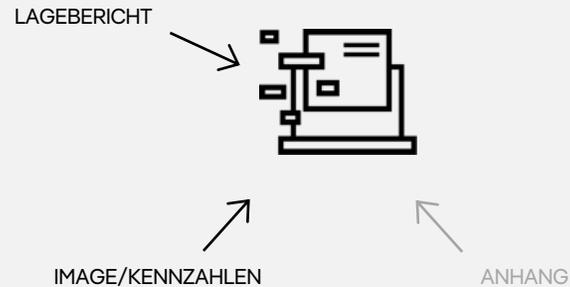


# Umsetzung der Online-Berichte

## Definition Full-HTML & Teil-HTML

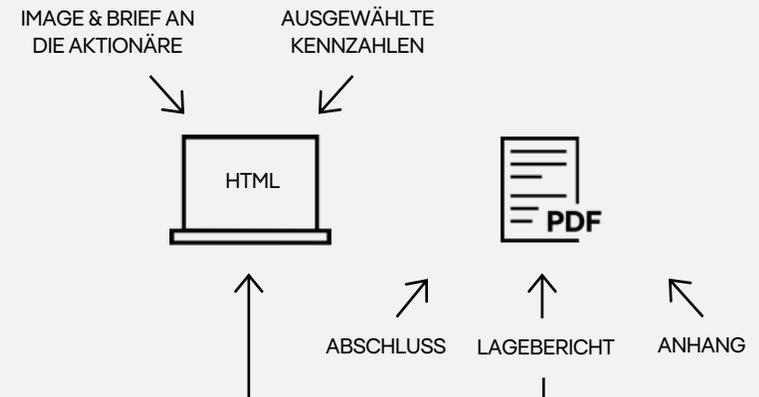
### Full-HTML

Große Teile des Berichts werden digital abgebildet und als HTML umgesetzt. Der Anhang muss nicht zwingend als HTML umgesetzt sein.



### Teil-HTML

Teile des Berichts werden als HTML umgesetzt (bspw. wichtige Kennzahlen), andere nur als PDF zum Download angeboten.



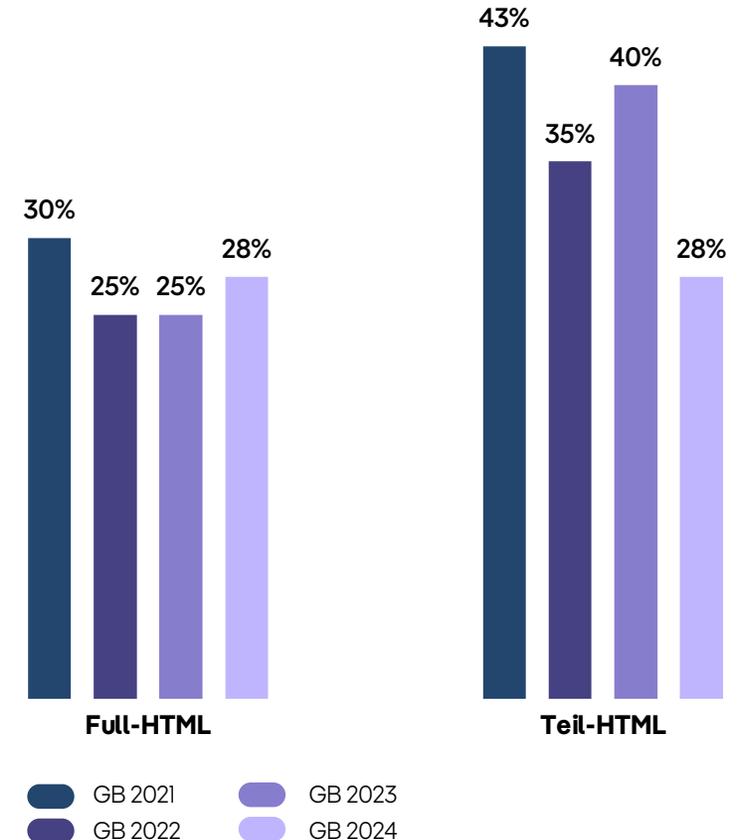
# Umsetzung der Onlineberichte

## 4-Jahres-Vergleich

Die Anzahl der als Full-HTML umgesetzten Berichte (**11**) steigt im Vergleich zum Vorjahr leicht an. Diese Unternehmen haben alle relevanten Berichtsinformationen digital abgebildet: adidas, BASF, Beiersdorf, Continental, DHL Group, Deutsche Telekom, Fresenius, Merck, Porsche AG, Volkswagen und Vonovia.

Auffällig ist: Die Zahl der Teil-HTML-Geschäftsberichte sinkt im Vergleich zum Vorjahr deutlich. Nur noch **11** Unternehmen berichten in einer **Mixtur aus HTML und PDF**: BMW, Brenntag, E.ON, Hannover Rück, Mercedes-Benz Group, Münchener Rück, RWE, SAP, Sartorius, Symrise und Zalando.

Auch **Kurzfassungen** (inkludiert in „Teil-HTML“) erfreuen sich weiterhin großer Beliebtheit. Oft werden die wichtigsten Kennzahlen online abgebildet, tiefergehende Inhalte werden als PDF angeboten (Beispiel: **Sartorius**).



# Unternehmen mit Full-HTML-Bericht

## Vergleich GB23 & GB24

Obwohl die Anzahl der Full-HTML-Berichte im Vergleich zum Vorjahr mit **11** Berichten nahezu gleich bleibt, ändert sich die Liste der Unternehmen, die ihre Geschäftszahlen vollständig online darstellen, leicht:

	2023	2024
adidas	✓	✓
BASF	✓	✓
Beiersdorf	✓	✓
Continental	✗	✓
Covestro	✓	*s. u.
DHL Group	✓	✓
Deutsche Telekom	✓	✓
Fresenius	✓	✓
Merck	✓	✓
Porsche	✗	✓
Volkswagen	✓	✓
Vonovia	✓	✓



Beispiel:  
**Porsche** zum  
ersten Mal mit  
einem Full-  
HTML-Bericht

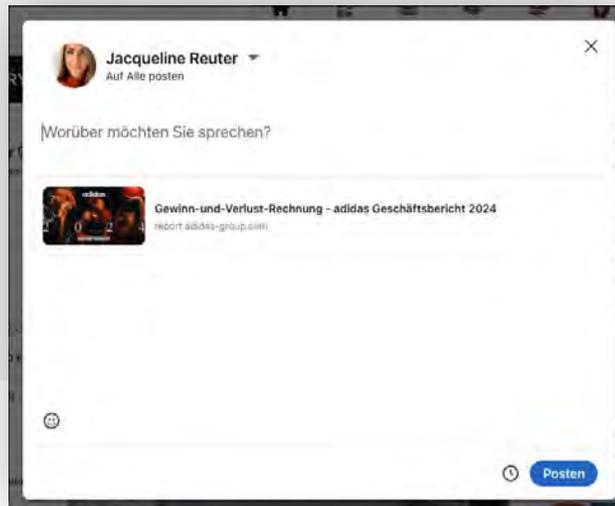


\*Im Geschäftsjahr 2024 befindet sich Covestro nicht mehr im DAX 40.

# Im Detail: adidas Group

## Markierfunktion

Der Online-Geschäftsbericht von adidas wartet neben Funktionen wie Sharing, Animationen, Videos und interaktiven Grafiken mit einem interessanten Feature auf: eine **Markierfunktion** für Textpassagen, zu denen man sich anschließend einen Link generieren lassen kann oder dazu direkt **auf LinkedIn und X posten** kann.



GESCHÄFTSBERICHT 2024 ▾

Umsatzerlöse in Mio. €

2024	23.683
2023	21.427
2022	22.511
2021	21.234
2020	18.435

Der währungsbereinigte Umsatz in Europa, Emerging Markets und Lateinamerika stieg im starken zweistelligen Prozentbereich. Auch Japan/Südkorea und China konnten im zweistelligen Prozentbereich zu ...  
 Rückgang im niedrigen einstelligen Prozen ...  
 waren der weiterhin konservative Sell-in de ...  
 als Reaktion auf die nach wie vor hohen Lagerbestände in diesem Markt, vor allem in der ersten Jahreshälfte, sowie der niedrigere Umsatz mit Yeezy Produkten. Da sich diese erwarteten Herausforderungen sequentiell verkleinerten, beschleunigte sich das Umsatzwachstum in Nordamerika im vierten Quartal auf eine zweistellige Rate.

→ SIEHE GESCHÄFTSENTWICKLUNG NACH SEGMENTEN

Download ↓

# Im Detail: DHL Group

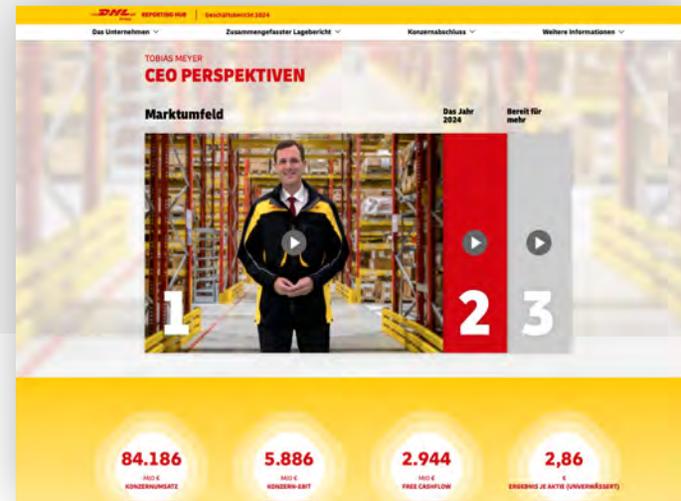
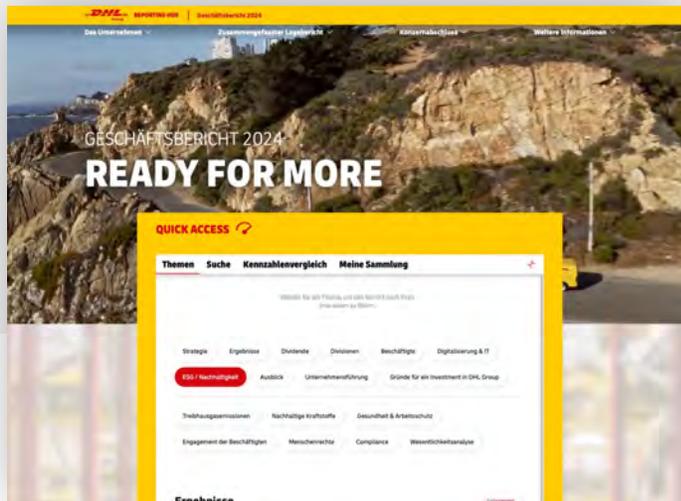
## Dashboard, Filterfunktionen & Bewegtbild

Der Reporting Hub der DHL Group bietet Nutzenden mittels „**Quick Access**“ einen einfachen Zugang zu den Berichtsinhalten.

Im Dashboard lässt sich der Bericht durchsuchen, nach **Themen filtern** und durch eine **Bookmark-Funktion** in komprimierter Form individuell zusammenstellen.

Auch ein individueller **Kennzahlenvergleich** ist Teil des Features.

Neben animierten und **interaktiven Grafiken** finden sich auch drei **CEO-Videos** auf der Startseite, die sowohl das Marktumfeld und das vorangegangene Geschäftsjahr beleuchten als auch einen Ausblick auf das kommende Jahr geben.

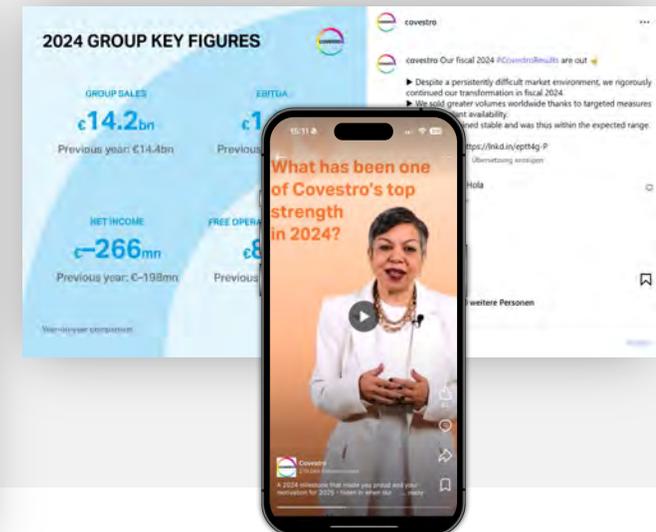
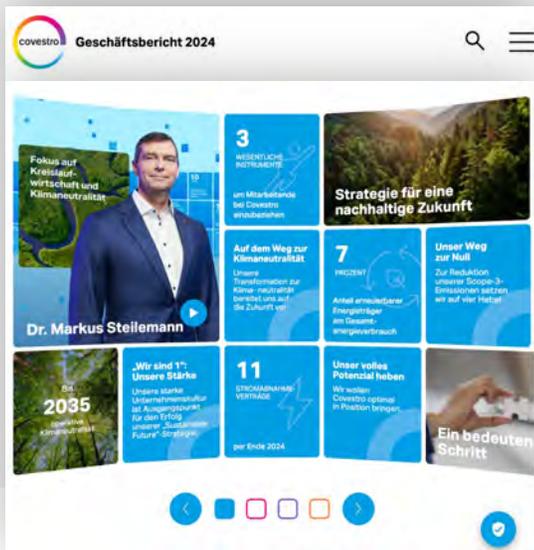


# Im Detail: Covestro AG\*

## Animierte Bühne, Videoeinbindung & Begleitkommunikation

Der Full-HTML-Bericht der Covestro AG begrüßt Nutzende mit einer **animierten Bühne** inklusive Highlights im Story-Format und **Vorstandsvideos** mit praktischen Sprungmarken.

Begleitend nutzte Covestro außerdem **Social Media** für Storytelling und **Kommunikation** vor, während und nach der Veröffentlichung des Berichts.



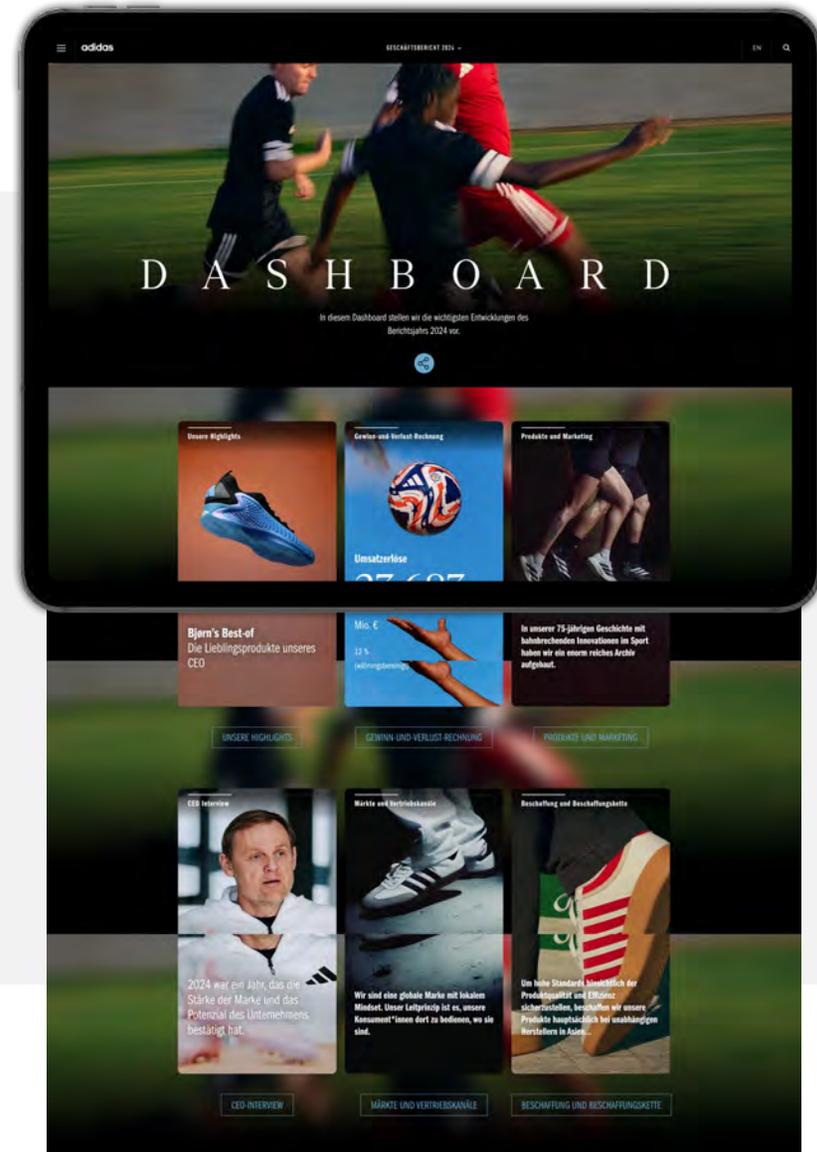
\*Bis zum Ende des Geschäftsjahres 2023 befand sich die Covestro AG im DAX 40.

# Im Detail: adidas Group

## Kuratiertes Dashboard

Imageinhalte werden im Bericht als Highlights aufbereitet und neben weiteren wichtigen Entwicklungen wie bereits im Vorjahr in einem **Dashboard** dargestellt, das von adidas kuratiert und über das Menü zu erreichen ist.

Auch ein **interaktiver Kennzahlenvergleich** ist Teil des Berichts.



# Im Detail: Continental AG

## Pop-up-Glossar

Continental stellt Nutzerinnen und Nutzern mittels eines **Pop-up-Glossars** Erläuterungen und tiefere Informationen zu Schlagworten zur Verfügung.

The screenshot shows the Continental AG website's 'Geschäftsbericht 2024' page. The main content is the 'Brief des Vorstandsvorsitzenden'. A red box highlights the term 'Bereinigte EBIT-Marge' in the text. A red arrow points from this box to a larger, detailed pop-up glossary box at the bottom of the page. The pop-up box contains the following text:

**Bereinigte EBIT-Marge**  
 Die bereinigte EBIT-Marge entspricht dem EBIT bereinigt in Prozent des bereinigten Umsatzes. Die bereinigte EBIT-Marge wird berichtet, um die operative Ertragskraft durch die Eliminierung von Sondereinflüssen auch zwischen den Perioden vergleichen zu können und zudem einen Vergleich unterschiedlicher Einheiten aufgrund der Verwendung eines prozentualen Wertes zu ermöglichen.

The pop-up box also features a 'Schließen' (Close) button in the top right corner.

### Bereinigte EBIT-Marge

Die bereinigte EBIT-Marge entspricht dem EBIT bereinigt in Prozent des bereinigten Umsatzes. Die bereinigte EBIT-Marge wird berichtet, um die operative Ertragskraft durch die Eliminierung von Sondereinflüssen auch zwischen den Perioden vergleichen zu können und zudem einen Vergleich unterschiedlicher Einheiten aufgrund der Verwendung eines prozentualen Wertes zu ermöglichen.

Schließen

# Im Detail: SAP SE

## KI-generierter Video-Avatar

SAP setzt mit einem **Video-Avatar** in kontrolliertem Maß auf die Integration von künstlicher Intelligenz im integrierten Geschäftsbericht und Investor-Relations-Bereich.

Der Avatar dient als **Guide durch den Bericht**, gibt auf einigen Seiten in kurzen Videos den Inhalt zusammenfasst wieder und erläutert Schlüsselbegriffe wie „Wesentlichkeitsanalyse“ und „Equity Story“.

### EMPFEHLUNG

KI-gestützte Features werden in der nahen Zukunft immer relevanter – wer sinnvolle Anwendungsfälle identifiziert, kann sich vom Wettbewerb abheben.



# Hoch oder quer? Oder beides?

## Die PDF-Formate

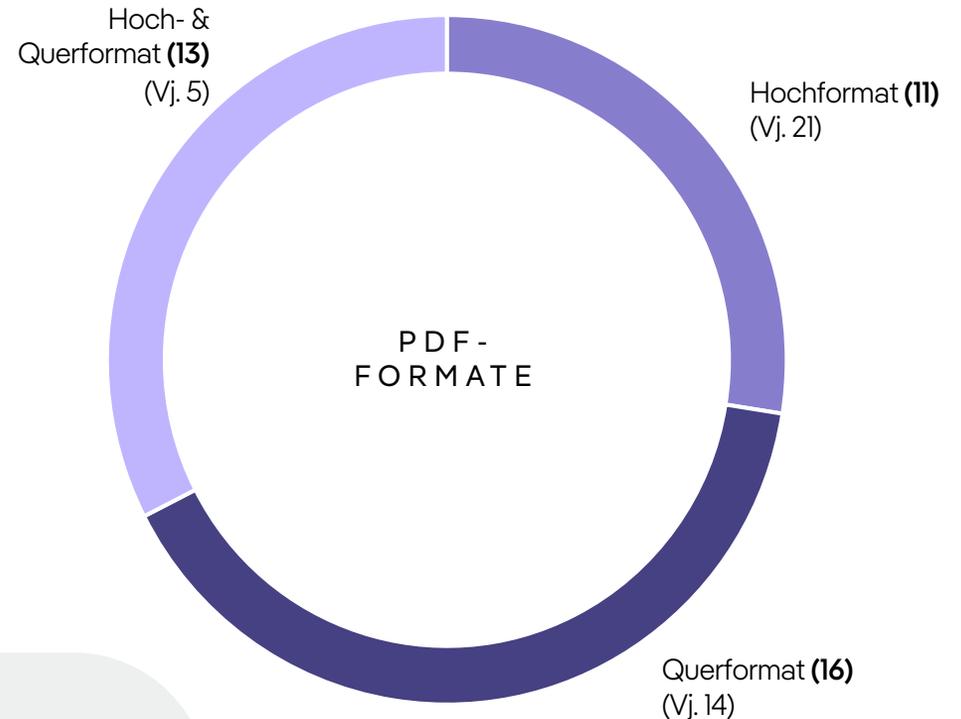
**27,5 % (11)** der Unternehmen setzen beim PDF auf das Hochformat. Im Vorjahr waren es noch 21.

**40 % (16)** Berichte sind im Querformat angelegt. Das sind 2 mehr als im Vorjahr (14).

**32,5 % (13)** der Unternehmen nutzen sowohl Hoch- als auch Querformat für die Darstellung der Geschäftszahlen. Ein starker Anstieg im Vergleich zum Vorjahr (5), der auf die Integration sehr breiter Tabellen durch die CSRD – bspw. zur Wesentlichkeitsanalyse und den ESRS – zurückzuführen sein könnte.

### EMPFEHLUNG

Wer bei der Berichterstellung „PDF first“ denkt, ist aufgrund der digitalen Nutzungsgewohnheiten mit Querformat gut beraten. Für einen „Digital first“-Ansatz mit responsivem Onlinebericht reicht als PDF ein weniger aufwendiges Hochformat aus. Wobei die Frage ist: Wie lesefreundlich sind PDFs in diesem Umfang, wenn sie als reiner DMS-Export ohne typografische Detailgestaltung dargeboten werden?



# Im Detail: Hoch- und Querformat Volkswagen AG

Während der Großteil des PDFs des Automobilherstellers im Hochformat dargestellt wird, findet man die Tabellen zur EU-Taxonomie, den ESRS-Indizes und der Eigenkapitalentwicklung im **leserfreundlicheren Querformat**.

### Beschäftigte nach Art des Vertrags, aufgeschlüsselt nach Märkten

Region	2023	2022	2021	2020	2019
Europa	216.474	203.474	177.011	151.742	148.033
Asien-Pazifik	142.410	133.747	145.747	137.018	140.415
North America	11.167	8.827	1.243	1.120	1.843

**Kennzahlen zu Fremdarbeitskräften**  
 Zu den Fremdarbeitskräften zählen Selbstständige sowie Personen, die von Unternehmen bereitgestellt werden, die hauptsächlich im Bereich der Vermittlung und Überlassung von Arbeitskräften tätig sind und keine Lohn-selbstnehmende. Die Gesamtzahl (überall) der im Unternehmen tätigen Fremdarbeitskräfte betrug zum Ende des Berichtsjahrs 25.182.

**Kennzahlen zu Teilzeittätiger Abdeckung und sozialem Dialog**  
 92,0 % der Beschäftigten des Volkswagen Konzerns sind von Teilzeittägern abgedeckt, wobei sich diese Zahl in ersten Berichtsjahr anhand der Anforderungen der ESRS nur auf Beschäftigte in Ländern des EWR bezieht. Alle Teilzeittätigen gibt eine schriftliche Vereinbarung zwischen Gewerkschaften (Beschäftigtenvereine) in ihrer Absicht, prämiengemäß gewählten Arbeitskollektiven und Arbeitgebern, die vom anderen Arbeitskollektiv und Entgelt als Kernbestandteile regeln. 99,3 % der Beschäftigten des Volkswagen Konzerns im EWR sind von Arbeitskollektiven abgedeckt. Es existieren Vereinbarungen mit den Beschäftigten über die Vertretung durch einen Europäischen Betriebsrat (EBR, EBR SE, EBR SEU).

### WESENTLICHE ZAHLEN NACH MARKENGRUPPEN UND GESCHÄFTSBEREICHEN

Marken-/Geschäftsbereich	ESRS 1		ESRS 2		ESRS 3	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022
<b>Alle Marken/Gruppen</b>	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - Volkswagen	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - Audi	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - Skoda	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - SEAT	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - Bentley	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - Porsche	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Commercial	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Financial Services	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Energy	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Technology	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Mobility	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Services	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Insurance	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Leasing	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Finance	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Real Estate	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Development	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Research & Innovation	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Legal	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW HR	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW IT	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Procurement	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Logistics	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Sales & Marketing	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Customer Support	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Training	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Compliance	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Sustainability	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Internal Audit	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Risk Management	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Security	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Quality Management	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Environmental Management	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Occupational Health & Safety	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Information Security	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Data Protection	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Corruption	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Bribery	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Money Laundering	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Tax Avoidance	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Whistleblowing	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Fraud	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Risk	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Compliance	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Regulatory	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Legal	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Contractual	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Operational	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Strategic	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Financial	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Tax	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Reporting	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Communication	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Internal	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-External	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Shareholder	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Creditor	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Debt	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Equity	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Balance Sheet	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Assets	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Liabilities	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Equity	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Debt	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Assets	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Liabilities	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Equity	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Debt	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Assets	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Liabilities	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Equity	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Debt	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Assets	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Liabilities	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Equity	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Debt	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Assets	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Liabilities	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Equity	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Debt	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Assets	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Liabilities	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Equity	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Debt	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Assets	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Liabilities	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Equity	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Debt	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Assets	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Liabilities	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Equity	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Debt	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Assets	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Liabilities	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Equity	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Debt	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Assets	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Liabilities	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Equity	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Debt	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Assets	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Liabilities	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Equity	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Debt	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Assets	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Liabilities	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Equity	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Debt	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Assets	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Liabilities	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Equity	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Debt	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Assets	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Liabilities	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Equity	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Debt	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Assets	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Liabilities	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Equity	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Debt	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Assets	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Liabilities	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Equity	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Wolfsburg Group - VW Anti-Debt	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000

# Reponsives Design vs. PDF-Viewer

## Optimierungspotenzial bei der PDF-Einbindung

Während viele Teile des Berichts in HTML umgesetzt und für alle Bildschirmgrößen optimiert sind, öffnen sich bei einigen Berichten tiefergehende Inhaltselemente oder ganze Kapitel bei Klick nur in einem eingebundenen, nicht-responsiven PDF-Reader.

Auf kleinen Devices wie Smartphones öffnet sich bei Klick auf „PDF-Viewer“ direkt ein neuer Tab mit dem Berichts-PDF.

Somit sind nur **19** der insgesamt 22 Full- und Teil-HTML-Berichte vollständig responsiv.



Beispiel: **BMW** mit eingebundenem PDF-Viewer

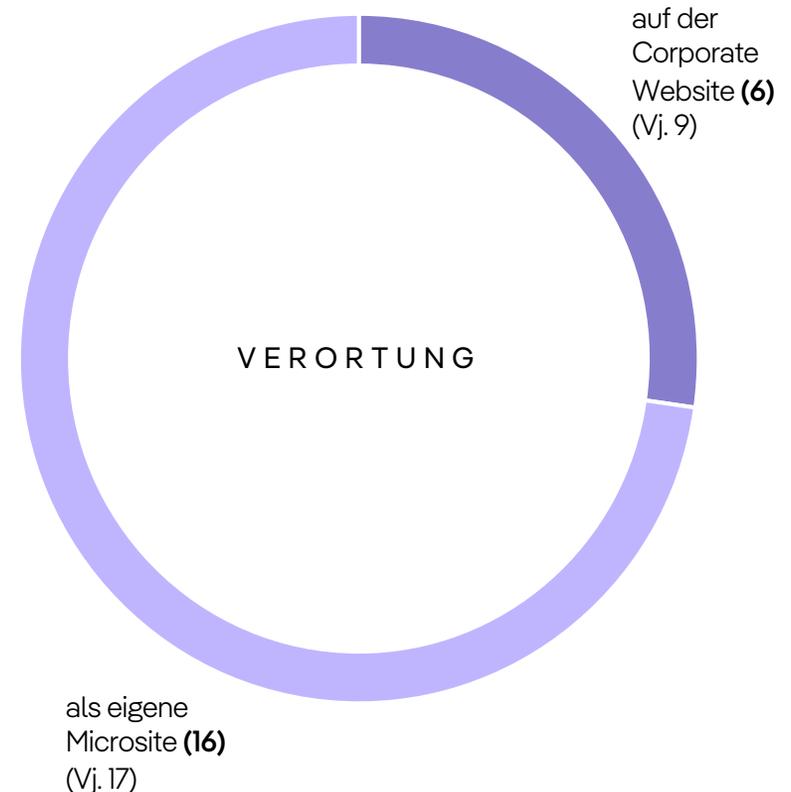


Beispiel: **Symrise** mit eingebundenem PDF-Viewer

# Verortung der Geschäftsberichte

## Microsite oder Corporate Website?

- **16** Unternehmen veröffentlichen ihren Onlinebericht als eigene **Microsite**: adidas, BASF, Beiersdorf, BMW, Brenntag, Continental, DHL Group, Deutsche Telekom, E.ON, Fresenius, Hannover Rück, Merck, SAP, Sartorius, Volkswagen und Vonovia.
- **6** Unternehmen hingegen verorten die Berichte über die Geschäftszahlen auf der **Corporate Website**, zumeist im Investor-Relations-Bereich: Mercedes-Benz Group, Münchener Rück, Porsche AG, RWE, Symrise und Zalando.
- Interessant: Wie im Vorjahr bindet **Porsche AG** die Imageinhalte und einen interaktiven Kennzahlenvergleich des Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichts im Unternehmenseigenen **Newsroom** ein.



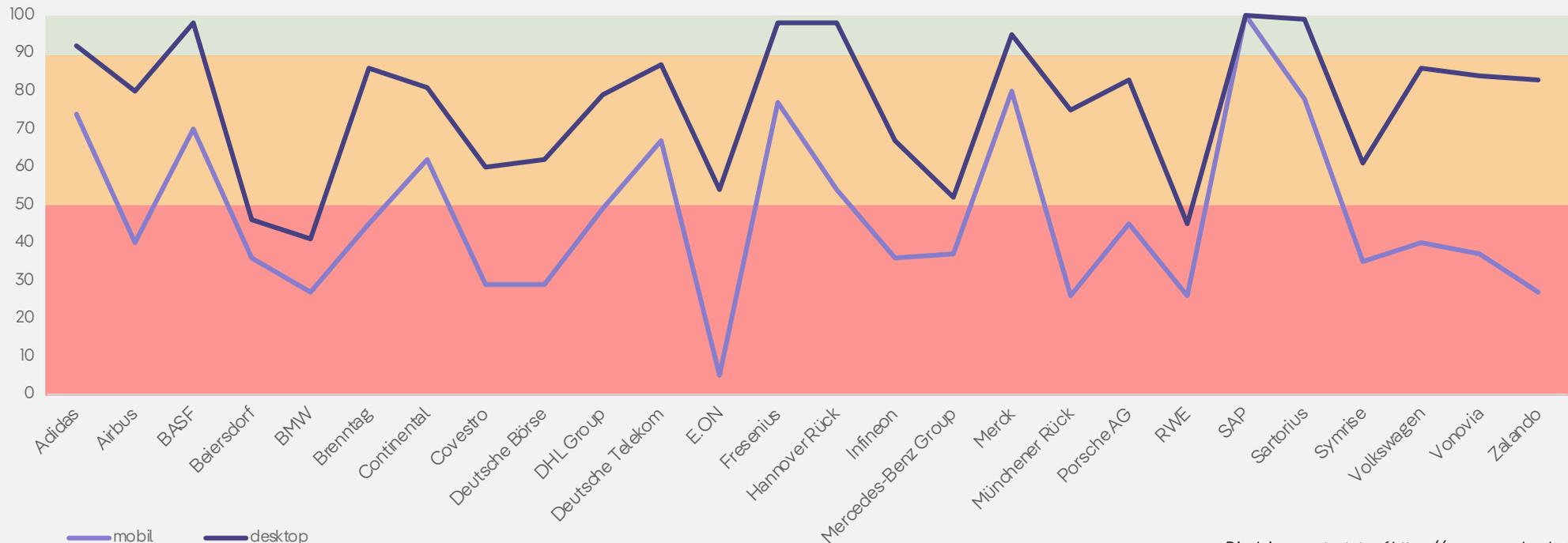
# Wie performant sind die Onlineberichte?

GB 2023

## Performance-Messung mobil & desktop

Messwerte aus **Google Pagespeed**, die verschiedenen Leistungsmerkmale wie die Ladezeit, die Reaktionsgeschwindigkeit und die Speicherbelastung von Websites bewerten.

Die Ursachen für schlechte Werte liegen oft in der Code-Qualität oder nicht für die Web-Darstellung optimierten Medien.



Disclaimer: getestet auf <https://pagespeed.web.dev/>

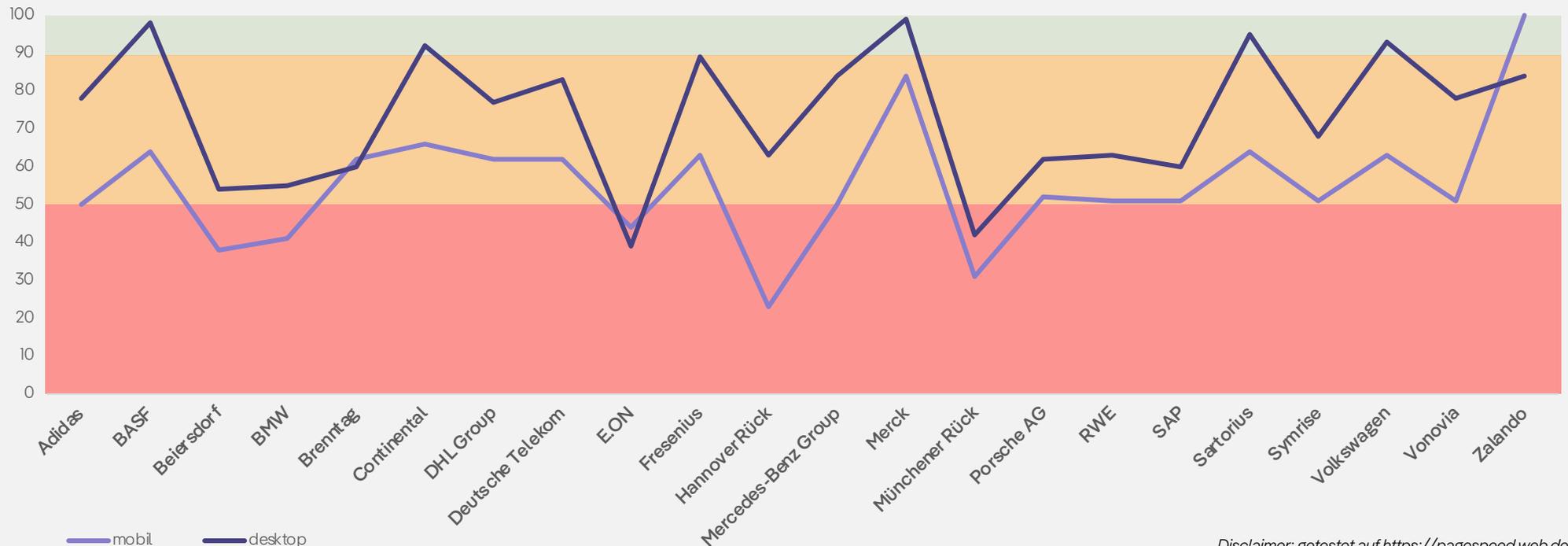
# Wie performant sind die Onlineberichte?

GB 2024

## Performance-Messung mobil & desktop

Messwerte aus **Google Pagespeed**, die verschiedenen Leistungsmerkmale wie die Ladezeit, die Reaktionsgeschwindigkeit und die Speicherbelastung von Websites bewerten.

Die Ursachen für schlechte Werte liegen oft in der Code-Qualität oder nicht für die Web-Darstellung optimierten Medien.



Disclaimer: getestet auf <https://pagespeed.web.dev/>

**02**

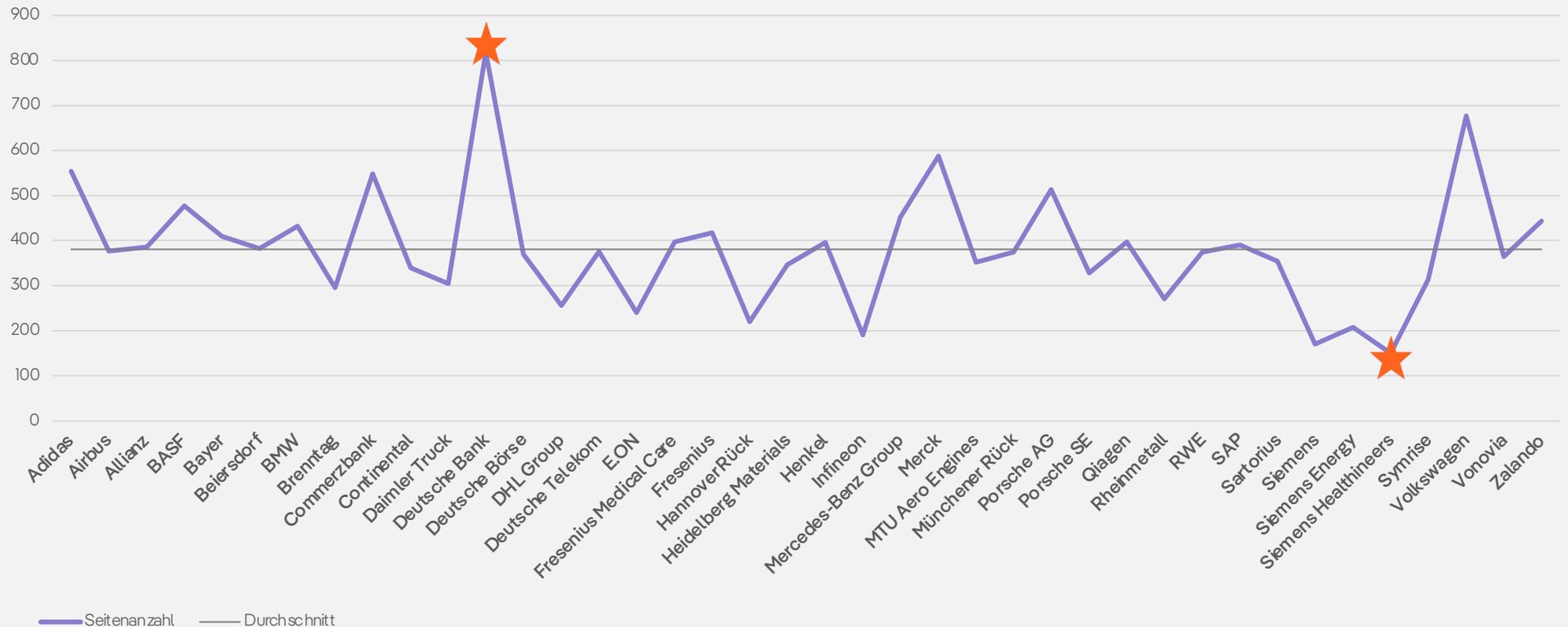
**Content:  
Image, Motto &  
Serviceoptionen**



# Umfang der PDF-Berichte

Die **CSRD** hat eingeschlagen! Wie prognostiziert, ist der durchschnittliche Umfang der Geschäftsberichte **stark gestiegen**: Ein Geschäftsbericht hat im **Durchschnitt 381 Seiten** (Vj.: 314).

Die Spanne reicht von 150 Seiten (Siemens Healthineers) bis 818 Seiten (Deutsche Bank).

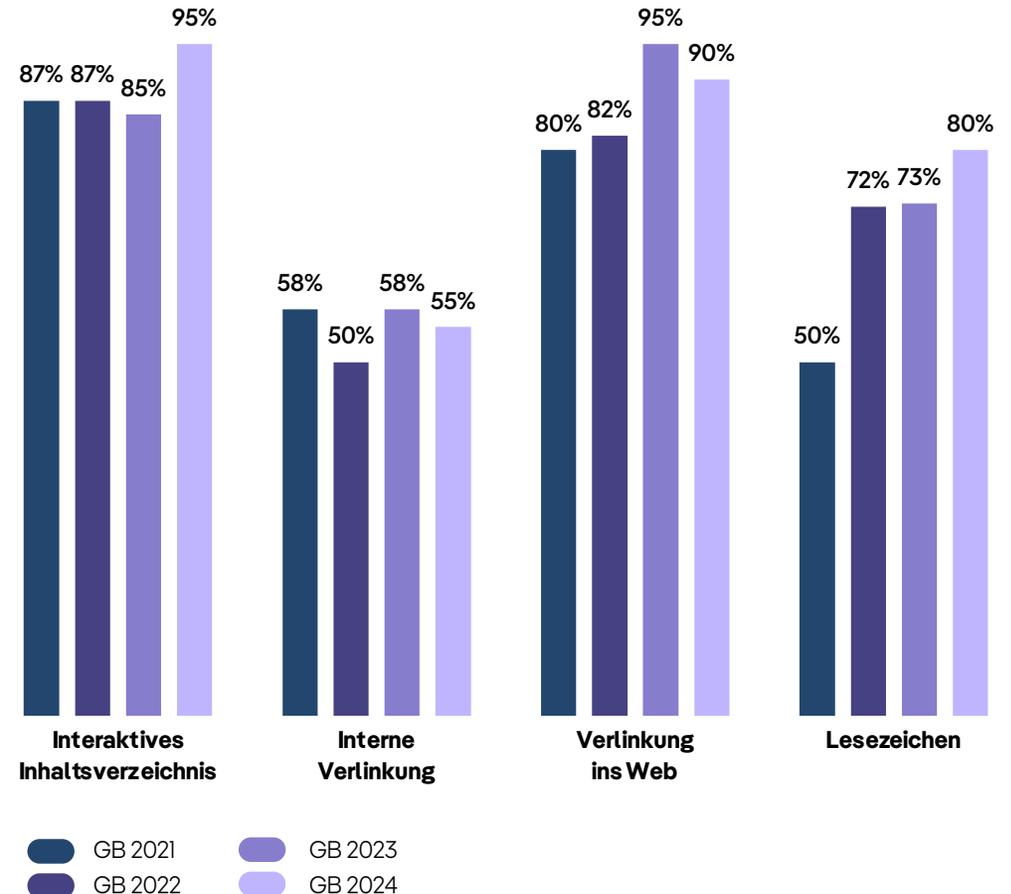


# Interaktivität im PDF

## 4-Jahres-Vergleich

Alle **40** Berichts-PDFs haben interaktive Funktionen. Verlinkungen von Web ins PDF und umgekehrt verdeutlichen das Zusammenspiel von Onlineberichten und PDFs.

- **38** (Vj.: 34) PDFs nutzen interaktiv verlinkte Inhaltsverzeichnisse zu Beginn des Berichts. Ein Anstieg um 10 % im Vergleich zum Vorjahr.
- **22** (Vj.: 23) Berichts-PDFs weisen interne Verlinkungen innerhalb der Berichtsseiten auf.
- **36** (Vj.: 38) Unternehmen verlinken aus dem PDF ins Web.
- **32** (Vj.: 29) Berichte verwenden Lesezeichen für eine bessere Navigation innerhalb der PDFs.



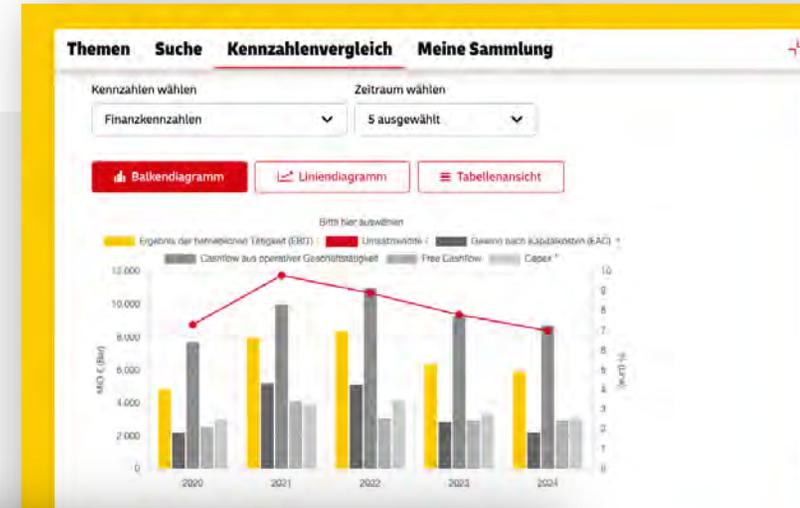
# Service- & Download-Optionen

## 4-Jahres-Vergleich

27 der untersuchten Unternehmen bieten verschiedene Service- und Downloadoptionen im Rahmen ihrer Geschäftsberichterstattung an:

- **16** (Vj.: 16) bieten Excel-Tabellen zum Download an, während man sich bei **7** (Vj.: 8) Berichten manuell Zahlen konfigurieren und herunterladen kann.
- **9** (Vj.: 10) bieten andere Downloads an (Grafiken, Videos, Aufzeichnungen, Präsentationen, weitere Finanzdaten).
- **11** (Vj.: 12) haben einen interaktiven, individuell zusammenstellbaren Kennzahlenvergleich.
- **7** (Vj.: 6) digitale Unternehmensberichte bieten einen Themenfilter an.

Beispiel:  
DHL bietet Usern einen interaktiven Kennzahlenvergleich an.



Beispiel:  
Der Themenfilter von **Beiersdorf** erleichtert das Suchen nach bestimmten Keywords.

# Berichtsmotto

10/40 (Vj.: 14/40)

- Innovation in action (Airbus)
- Power of unity. Passion for growth. (Allianz)
- Win with care (Beiersdorf)
- More than ever (BMW)
- Neue Kräfte freisetzen (Continental)
- Ready for more (DHL Group)
- Dynamik aufbauen (Fresenius Medical Care)
- Identität (Porsche AG)
- Bessere Energie für eine bessere Zukunft (RWE)
- Creating ONE Symrise (Symrise)



# Imagekommunikation ist vielfältiger

## Formate & Kanäle

Fanden sich vor mittlerweile 10 Jahren noch in zwei Dritteln (20/30) der Geschäftsberichte die sogenannten „Imageteile“, sind es heute nur noch knapp **22,5 % (9/40)**.

Die Verortung der imagebildenden Inhalte verlagert sich im Vergleich zum letzten Jahr leicht:

- **3** Unternehmen publizieren Highlights nur im **PDF**.
- **5** Unternehmen nur im **Online-Bericht**
- **1** Unternehmen wählt eine **Kombination** und präsentiert sowohl im PDF als auch Online-Bericht Highlights aus dem vorangegangenen Geschäftsjahr.

Eine sinnvolle Ergänzung für die Erschließung weiterer Zielgruppen ist die Ausspielung der Imageinhalte im Zuge der **Begleitkommunikation** zur Berichterstattung in den **Social-Media-Kanälen**.

Beispiel:  
**Fresenius** erzählt online in Stories von Erfolgsgeschichten.

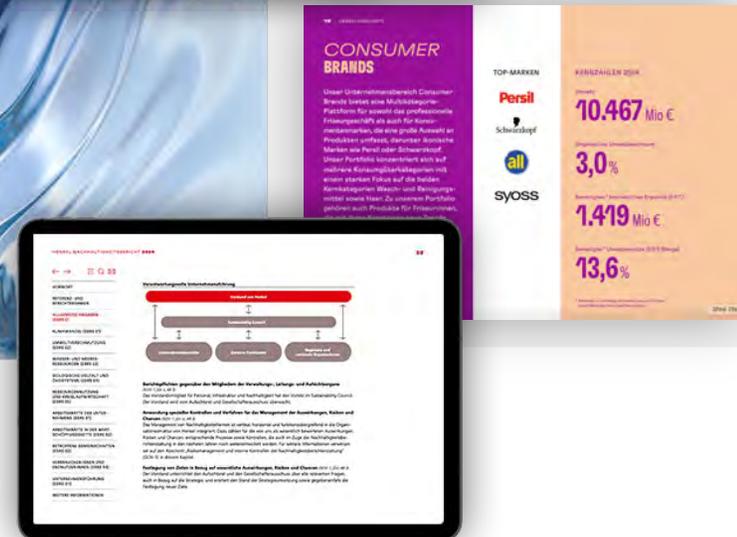


Beispiel:  
**Airbus** berichtet im PDF über Innovationen in der Forschung.

# Separate Image- & Highlight-Publikation

## Best Case Henkel

Während sich Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht mit den wesentlichen Themen und Kennzahlen beschäftigen, veröffentlicht das Unternehmen ergänzend ein jedes Jahr das **Magazin „Henkel Highlights“** mit spannenden Projekten, Zahlen und Fakten rund um das Thema CSR.



# Die Online-Berichte im SEO-Check

## Verlorenes Potenzial und geringe Sichtbarkeit

Insgesamt zeichnet sich ein **ernüchterndes Bild:** Viele Unternehmen unterschätzen das Potenzial Suchmaschinenoptimierter Online-Berichte und legen bei der Veröffentlichung der Geschäftszahlen scheinbar wenig Wert auf Reichweite und Auffindbarkeit.

**23 % (5)** der Berichte sind in Google überhaupt nicht auffindbar, ranken also für kein Keyword.

**59 % (13)** der Berichte ranken für unter 50 relevante Keywords.

Nur **18 % (4)** der Berichte ranken bei Google für mehr als 50 relevante Keywords im Kontext zum Geschäftsbericht.

**40 % (9)** der Berichte ranken bei Google nicht für das Keyword „*Unternehmensname* Geschäftsbericht“.

**E.ON** rankt mit insgesamt **154 relevanten Keywords** am besten. Gut: Mehr als zwei Drittel der rankenden Keywords beziehen sich direkt auf den Geschäftsbericht und dessen Inhalte.

**Adidas** rankt in der Analyse zwar nur mit insgesamt **33 relevanten Keywords**, dafür befinden sich darunter aber viele Keyword-Kombinationen.

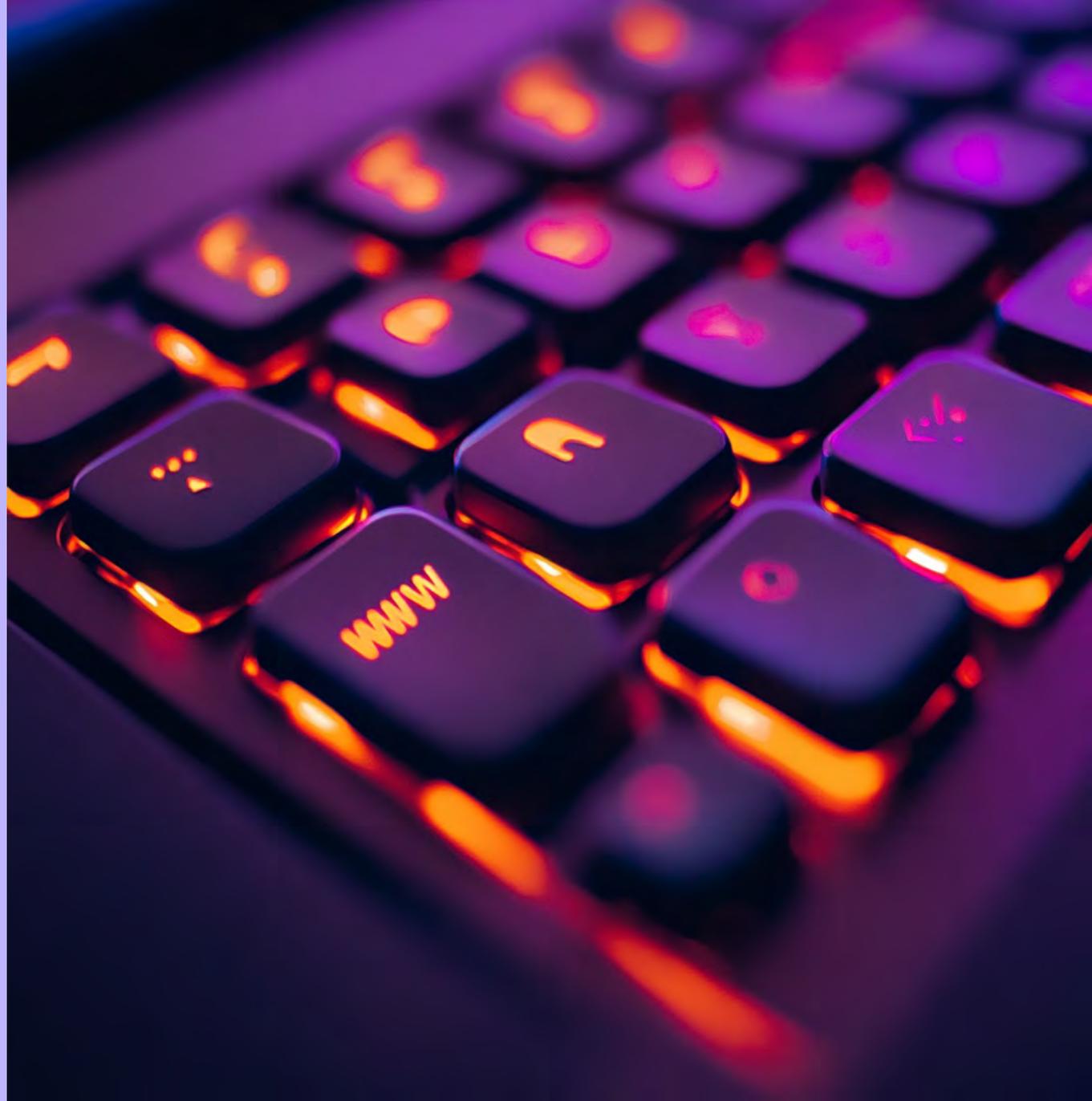
### EMPFEHLUNG

Metadaten, Content-Optimierung und gezieltes Keyword-Targeting einsetzen oder verbessern, um Sichtbarkeit und Ranking zu steigern. Außerdem: Unternehmen, die jährlich die gleiche URL (ohne Jahreszahl) nutzen, bauen sich stetig Reichweite und Sichtbarkeit auf.

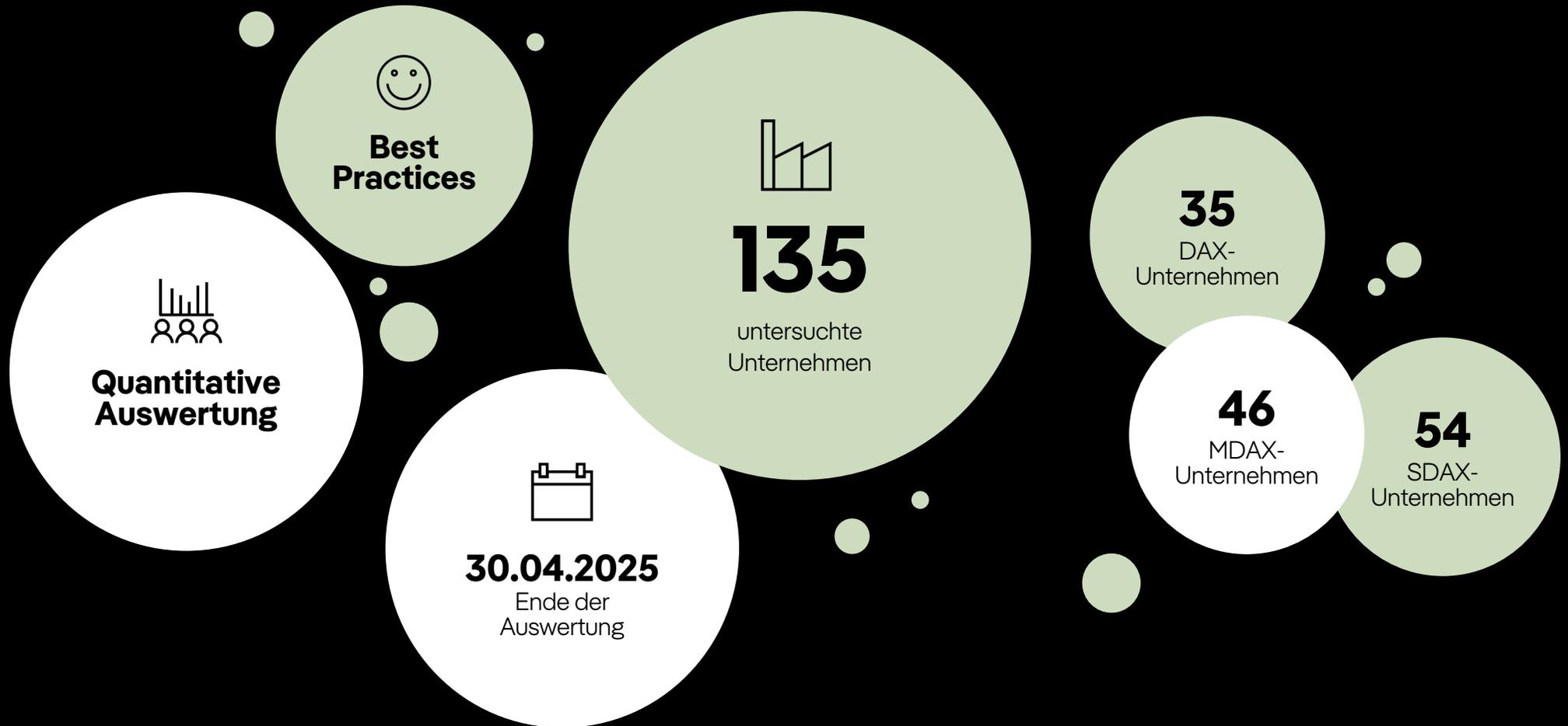
RYZE DIGITAL

**03**

# Nachhaltigkeit



# Überblick



**Best Practices**



**135**

untersuchte Unternehmen



**Quantitative Auswertung**



**30.04.2025**

Ende der Auswertung

**35**  
DAX-Unternehmen

**46**  
MDAX-Unternehmen

**54**  
SDAX-Unternehmen

# 2.1. Verwendetes Rahmenwerk

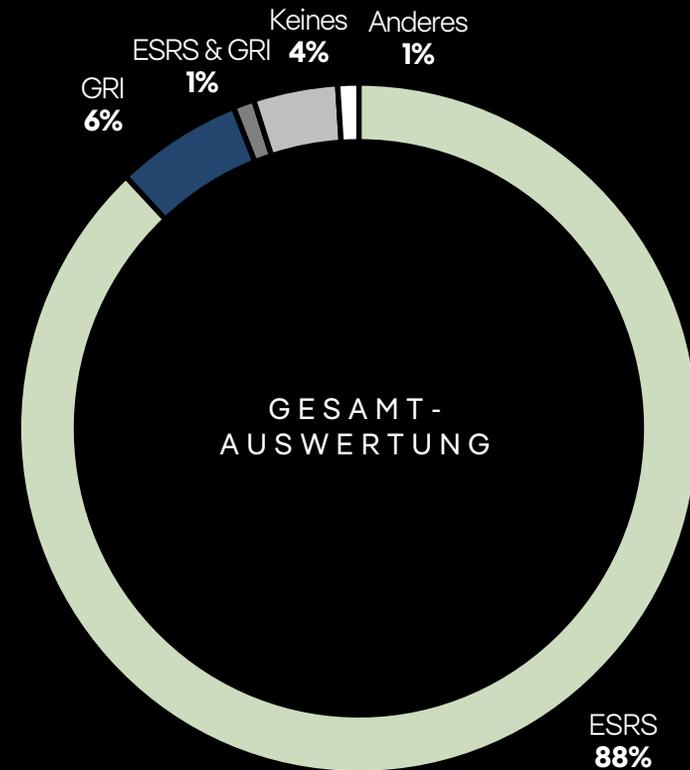
## Gesamtauswertung

Da die deutsche Umsetzung der CSRD bisher noch aussteht, **stand** es den Unternehmen **frei**, ob sie die ESRS bereits für diesen Bericht anwenden wollen.

- **89 %** der Unternehmen setzen auf die ESRS in der Nachhaltigkeitsberichterstattung,
- **6 %** berichten (noch) nach GRI,
- **4 %** verzichten aktuell vollständig auf ein zugrundeliegendes Berichtsrahmenwerk

### TAKE AWAY

Die überwiegende Mehrheit der Unternehmen berichtet schon jetzt „in Anlehnung an ESRS“ oder vollumfänglich nach ESRS.



## 2.2. Veröffentlichungsform

### Gesamtauswertung

Die CSRD sieht eine Integration des Nachhaltigkeitsberichts in den Lagebericht als separates Kapitel vor.

- Mit **63%** hat die Mehrheit der Unternehmen ihren Nachhaltigkeitsbericht bereits in dieser Form veröffentlicht.
- **21%** veröffentlichen ihre Nachhaltigkeitsinformationen in einem separaten Bericht.
- **15%** haben sie als Kapitel des Geschäftsberichts neben dem Lagebericht publiziert.
- Im SDAX finden sich die meisten Unternehmen – **33%** –, die einen separaten Bericht erstellen.

#### TAKE AWAY

Die Umsetzung der CSRD ist in Bezug auf die Veröffentlichungsform bei etwa zwei Dritteln der Unternehmen vorangeschritten. Je größer ein Unternehmen, desto eher berichtet es im Lagebericht.

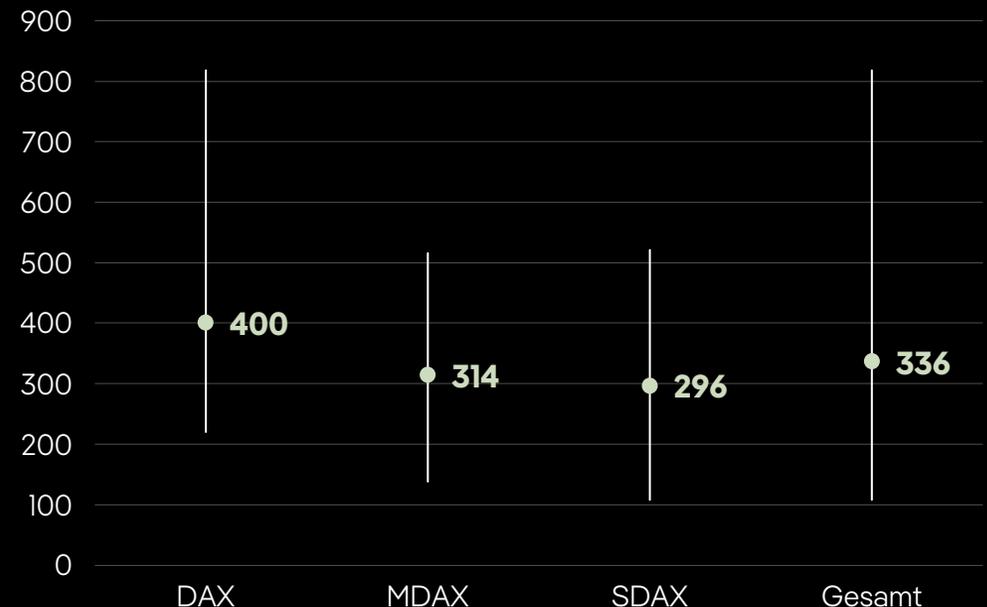


## 2.3. Seitenanzahl

### Umfang der Geschäftsberichte

Die Seitenzahl der Geschäftsberichte in allen Indizes ist durch die Integration der Nachhaltigkeitsberichte gestiegen. Separate Nachhaltigkeitsberichte und jene, die nicht nach ESRS berichten, wurden für diese Auswertung nicht berücksichtigt.

- Mit durchschnittlich **400 Seiten** sind die untersuchten Geschäftsberichte im DAX (n=32) die umfassendsten.
- Auffällig ist, dass vor allem die Berichte von Banken, wie der Deutschen Bank – mit **818 Seiten der seitenstärkste** Bericht – und Commerzbank (546 Seiten) sehr umfassend sind.
- Die Berichte im MDAX (n=36) und SDAX (n=32) sind mit durchschnittlich **100 Seiten weniger** wesentlich kompakter.

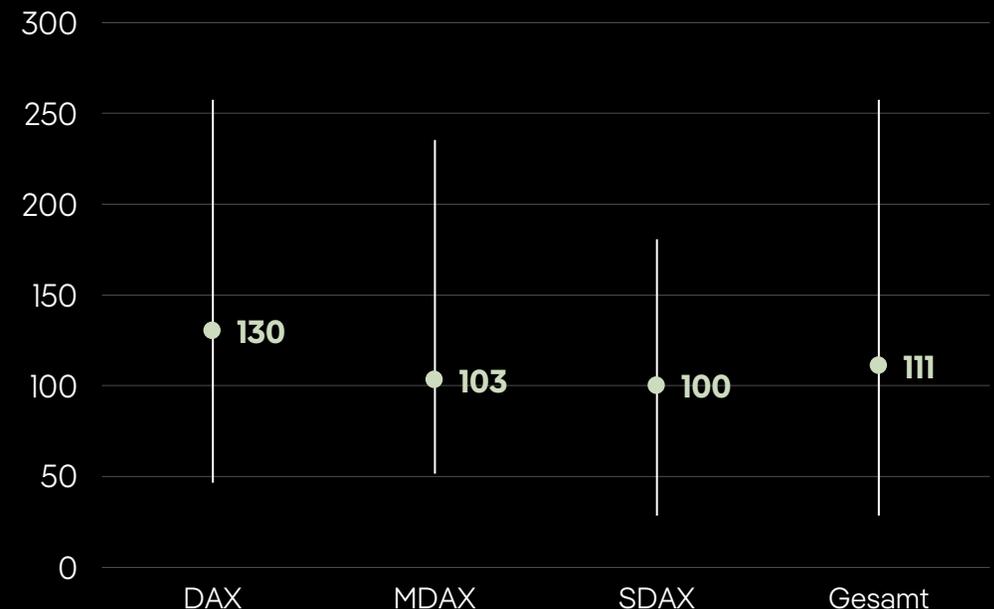


## 2.3. Seitenanzahl

### Umfang der Nachhaltigkeitsberichte

Die Seitenzahl der untersuchten 100 Nachhaltigkeitsberichte (ESRS, keine separate Publikation) liegt

- im DAX mit **durchschnittlich 130** Seiten am höchsten, aber auch im MDAX und SDAX umfasst ein Nachhaltigkeitsbericht im Schnitt mindestens 100 Seiten.
- Die Spannweite ist beachtlich: Der umfassendste Nachhaltigkeitsbericht im DAX hat **257** Seiten, während der kürzeste nur **47** Seiten umfasst. Im SDAX liegt die Spanne zwischen **180** Seiten und **29** Seiten.
- Die durchschnittliche Seitenanzahl bei **eigenständigen** Nachhaltigkeitsberichten liegt im MDAX bei **75** Seiten und im SDAX bei **70** Seiten.



## 2.3. Seitenverhältnis

### Wie viel Platz hat Nachhaltigkeit im Bericht?

Der Anteil der Nachhaltigkeitsberichte an der Gesamtseitenzahl liegt über alle Indizes hinweg bei **33%** – mit nur geringen Unterschieden zwischen DAX (32%), MDAX (31%) und SDAX (34%). Zwar variieren die Seitenzahlen der Nachhaltigkeitsberichte teils deutlich, im Verhältnis machen sie aber meist etwa ein Drittel des Gesamtberichts aus.



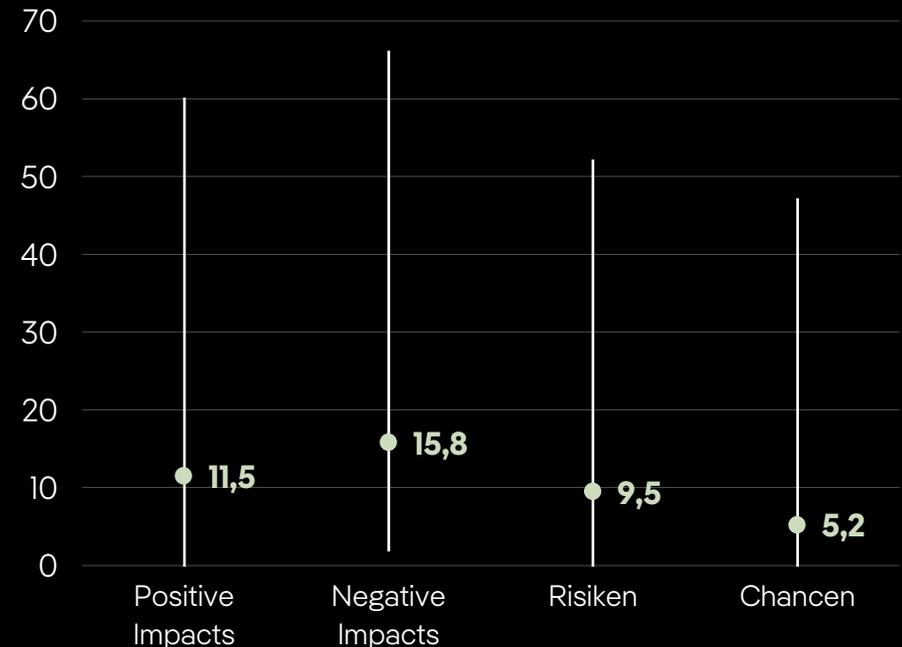
## 2.4. IROs (Impacts, Risks, Opportunities) Gesamtauswertung

Die IRO-Angaben in den Berichten unterscheiden sich deutlich: sowohl in der Anzahl und der Art der Darstellung als auch in dem Verhältnis von positiven und negativen Impacts. Die Darstellung reicht von Stichpunkten bis hin zu detaillierten Beschreibungen. Teilweise werden die IROs nicht genannt.

- 112 der 120 (**93 %**) Unternehmen, die nach ESRS berichten, führen die IROs deutlich erkennbar auf.
- Im Schnitt werden rund **12 positive und 16 negative Impacts, 10 Risiken und 5 Chancen** berichtet – mit einer Spannweite von 0 bis 66.

### GOOD TO KNOW

Die positiven und negativen Auswirkungen eines Unternehmens auf Umwelt und Gesellschaft, sowie finanzielle Chancen und Risiken von Umwelt und Gesellschaft auf das Unternehmen (kurz: IROs), sind die zentralen Parameter für Nachhaltigkeitsstrategie und -bericht.



# 2.4. Darstellung der IROs Zwei Darstellungsweisen

Abschnitt	Wesentliche Nachhaltigkeitsaspekte (IROs)	Angabepflichten	Kapitel
<b>Allgemeine Informationen</b>		ESRS 2	→ E.ONs Nachhaltigkeitsansatz <sup>1</sup> → Umweltschlagern <sup>2</sup> ; E.ONs Ansatz; Spezifische Aktionen
<b>Klimaschutz und Umwelt</b>	<b>Klimaschutz, Digitalisierung und Innovation</b>	ESRS E1-1 – E1-9	→ Klimaschutz <sup>1, 4</sup> → Nachhaltige Produkte und Services <sup>4</sup>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Durch Investitionen in Netzausbau und -digitalisierung sowie in kontinuierliche Anschlüsse erneuerbarer Erzeugungslagen ermöglicht E.ON die Energiewende in Europa und ermöglicht Kundinnen und Kunden den Zugang zu nachhaltig produzierter Energie (Chance).</li> <li>Gleichzeitig ermöglichen der Einsatz von Smart-Grid-Technologien und die frühzeitige Erkennung von Betriebsstörungen die Reduktion von CO<sub>2</sub>-Emissionen aus Netzverlusten (positive tatsächliche Auswirkung).</li> </ul>	kurz- bis langfristig	• Eigener Geschäftsbereich
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Netzverluste führen zu CO<sub>2</sub>-Emissionen. Dieses entstehen bei der Erzeugung des von E.ON eingekauften und an Kundinnen und Kunden weiterveräußerten Stroms sowie bei der Nutzung des von E.ON an Kundinnen und Kunden verkauften Gases CO<sub>2</sub>-Emissionen (negative tatsächliche Auswirkung).</li> <li>Innovationen führen zu einer verbesserten Ressourceneffizienz: E.ON stellt Innovationen in den Mittelpunkt, um neue Dekarbonisierungslösungen zu entwickeln. Gleichzeitig werden CO<sub>2</sub>-Emissionen reduziert, die bei Produktion und Nutzung der von E.ON bezogenen Waren und Dienstleistungen entstehen (positive potenzielle Auswirkung).</li> </ul>	kurz- bis mittelfristig	• Eigener Geschäftsbereich • Vor- und nachgelagerte Wertschöpfungskette
		Angaben nach Artikel 8 der Verordnung (EU) 2020/852 (Taxonomie-Verordnung)	→ EU-Taxonomie <sup>1, 4</sup> → Compliance und Antikorruption <sup>4, 5, 9</sup> ; E.ONs Ansatz → Menschenrechte und Lieferantentransparenz <sup>1, 9</sup> → Gesundheit und Arbeitssicherheit <sup>1, 9, 9</sup> → Menschenrechte und Lieferantentransparenz <sup>1, 9</sup>
<b>Mitarbeiter und Gesellschaft</b>	<b>Arbeitsicherheit</b>	ESRS S1-1 – S1-5, S-14	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Im Energiesektor sind viele Arbeiten mit Arbeitssicherheitsrisiken verbunden. E.ONs Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Vertragspartner führen mitunter riskante Tätigkeiten aus. Es besteht die Gefahr von Stromschlägen, Abstürzen und anderen berufsbedingten Risiken, die zu Arbeitsunfällen und gesundheitlichen Problemen führen können. Auch in weniger risikobehafteten Bereichen können Auswirkungen auf Gesundheit und Arbeitsicherheit auftreten (negative potenzielle Auswirkung).</li> </ul>	kurz- bis mittelfristig	• Eigener Geschäftsbereich • Nachgelagerte Wertschöpfungskette
		ESRS S1-6	→ Arbeitsbedingungen und Mitarbeiterentwicklung <sup>1, 4, 5</sup> ; Leit- und Richtlinien, Fortschritte und Maßnahmen → Diversity, Equity & Inclusion <sup>9</sup> ; Fortschritte und Maßnahmen

## E.ON SE

In diesem Bericht sind alle IROs in einer **Liste** in Kapitel ESRS 2 SBM-3 dargestellt.

### Umwelt (ESRS E1)

Die wesentliche Auswirkung unserer Geschäftstätigkeit auf die Umwelt besteht im Ausstoß logistikbezogener Treibhausgase (THG), die unmittelbar in Bezug zu unserem Transportgeschäft entstehen und zum Klimawandel beitragen. In dieser unternehmensspezifischen Betrachtung berücksichtigen wir die entstandenen THG-Emissionen der Scopes 1 und 2 sowie die Scope-3-Emissionen in den GHG-Protocol-Kategorien 3 Kraftstoff- und energiebezogene Aktivitäten, 4 Eingekaufte Transportleistungen und 6 Geschäftsreisen. Die verursachten THG-Emissionen sowie die Abhängigkeit von fossilen Kraftstoffen wollen wir verringern, um die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf das globale Klima zu mindern.

**Wesentliche klimabezogene Auswirkungen, Risiken und Chancen (ESRS 2 SBM-3)**  
Die EU stuft den Transportsektor als energiereintensiv (High Climate Impact Sector) ein. Eine wesentliche Auswirkung unserer Geschäftstätigkeit auf den Klimawandel ist der logistikbezogene Ausstoß von Treibhausgasen (THG). Folgende Auswirkungen und Risiken haben wir ermittelt, die sich auf unser eigenes Geschäft und die Wertschöpfungskette beziehen. Demnach ergeben sich für den Konzern vor allem transitorische Risiken, die insbesondere den Ausstoß von THG-Emissionen betreffen. Die Beschreibung der Risikoanalyse stellen wir im Abschnitt **Grundlagen** dar, Maßnahmen beschreiben wir direkt im jeweiligen Kontext.

#### IDENTIFIZIERTE WESENTLICHE AUSWIRKUNGEN UND RISIKEN

ESRS-Aspekt	Einfluss und Auswirkungen auf das Geschäftsmodell <sup>1</sup>	Einfluss auf die Wertschöpfungskette	
Klimaschutz	Logistikbezogene THG-Emissionen (Scopes 1, 2, 3)	Ausstoß von THG-Emissionen im Transport (Scope 1), durch den Energieverbrauch an Standorten (Scope 2) sowie durch unsere Transportpartner verursachten THG-Emissionen (Scope 3) in den Kategorien 3 Kraftstoff- und energiebezogene Aktivitäten, 4 Eingekaufte Transportleistungen und 6 Geschäftsreisen.	Negative Auswirkung (tatsächlich) Ja
	THG-Emissionen in weiteren Scope-3-Kategorien	Ausstoß von THG-Emissionen in den Scope-3-Kategorien 1 Erworbene Produkte, 2 Anlagegüter und Sachanlagen (gemietet oder geleast) sowie 7 Pendelverkehre der Beschäftigten.	Negative Auswirkung (tatsächlich) Ja
Anpassung an den Klimawandel	Klimabedingte Übergangsrisiken	Die Einführung oder Erhöhung eines externen CO <sub>2</sub> -Preises kann zu höheren Kosten führen.	Risiko (derzeitig) Ja
	Klimabedingte Übergangsrisiken	Das Fehlen eindeutiger Regeln und Kriterien zur Bilanzierung von Insetting (GHG Protocol) und für Dekarbonisierungsaussagen (Green-Claims-Richtlinie) kann sich auf den Absatz von Produkten zur THG-Emissionsreduktion auswirken, zu höheren Kosten und Unsicherheiten bei der Verifizierung, Prüfung, Berichterstattung und Umsetzung sowie zu Compliance- und Reputationsrisiken führen.	Risiko (derzeitig) Ja
Energie	Energieverbrauch	Mangelnde Verfügbarkeit von Energie aus erneuerbaren Quellen und nachhaltigem Flugkraftstoff kann die Dekarbonisierung unserer Transporte einschränken, die Erreichung der mittel- und langfristigen Ziele negativ beeinflussen und damit auch zu...	Risiko (derzeitig) Ja

## DHL Group

Das Unternehmen weist die wesentlichen IROs in den **jeweiligen Kapiteln** des Berichts aus, um direkten Bezug zu „Konzepten und Maßnahmen herzustellen“.

## 2.4. Darstellung der IROs Best Practice

### Adidas AG

Der Nachhaltigkeitsbericht bietet eine **klare** und **übersichtliche** Darstellung der IROs, eingestuft nach Art des IROs, potenziell/tatsächlich, Zeithorizont und Ort in der Wertschöpfungskette.

Interessant ist auch, dass für die tatsächlichen, negativen Auswirkungen kein Zeithorizont angegeben wird – zu diesen Auswirkungen könnte es quasi jederzeit kommen.

Unterthema	Wesentliche IROs	Einstufung	Zeithorizont	Wertschöpfungskette	Beschreibung
<b>Ange-messene Entlohnung</b>	Negative Auswirkung	Tat-sächlich	n.a.	Vor-gelagert	Es kann zu negativen Auswirkungen auf Arbeitskräfte kommen, wenn sie nicht mindestens ihren gesetzlichen Mindestlohn und Sozialleistungen erhalten. Das Risiko ist in Ländern mit schwacher Durchsetzung von Lohn- und Sozialversicherungsvorschriften oder einem Mangel an wirksamen Mechanismen zur Festlegung von Mindestlöhnen am größten.
<b>Sozialer Dialog</b>	Negative Auswirkung	Tat-sächlich	n.a.	Vor-gelagert	Es kann zu negativen Auswirkungen auf Arbeitskräfte kommen, wenn es rechtswidrige Einschränkungen oder Verbote ihres Rechts auf die Gründung von oder den Beitritt zu Gewerkschaften, auf die Teilnahme an Tarifverhandlungen oder auf die Inanspruchnahme des Streikrechts gibt und/oder wenn die Gewerkschaftsmitgliedschaft als Grund für ungerechtfertigte Diskriminierung oder Vergeltungsmaßnahmen herangezogen wird.
<b>Sozialer Dialog</b>	Positive Auswirkung	Tat-sächlich	n.a.	Vor-gelagert	adidas erzielt positive Auswirkungen für seine Arbeitskräfte, indem das Unternehmen Maßnahmen ergreift, um Einschränkungen der Vereinigungsfreiheit und des Rechts auf Kollektiverhandlungen zu vermeiden, auf die sie nach den Gesetzen der Länder, in denen sie tätig sind, Anspruch haben. adidas unterstützt den sozialen Dialog zwischen Regierungen, Arbeitgebern

# 2.4. Wertschöpfungskette Best Practice

## Instone Real Estate Group SE

Der Immobilienentwickler ist zwar nicht mehr im SDAX gelistet, illustriert aber mit dieser Grafik die komplexe Wertschöpfungskette, auf die die materiellen Themen Bezug nehmen.



# 2.5. IRO-Gewichtung Learning

## 6.4.1 ESRS G1 - Business conduct

### 6.4.1.1 Business Conduct IROs

The following IROs were identified for business conduct:

ESRS	(sub-)topic	Impact, risk or opportunity	Description	Time horizon	Location in the value chain
ESRS G1 Business Conduct	Management of relationships with suppliers including payment practices	Risk	There is a risk that the Company's numerous suppliers and subcontractors' financial health and ability to meet their contractual obligations may be negatively impacted by internal and external factors, which could lead to operational disruptions and delivery delays. This could negatively affect financial performance.	/	Own operations
ESRS G1 Business Conduct	Corruption & Bribery	Risk	There is a risk that ethical misconduct or non-compliance with applicable anti-bribery laws and regulations by the Company, its employees or any third party acting on its behalf could expose it to liability. This could negatively affect financial performance and damage its reputation.	/	Own operations
ESRS G1 Business Conduct	Speak Up ( <i>renamed from, and covers, Protection of whistleblowers</i> )	Risk	There is a risk that not being able to maintain an effective speak up culture within the Company, including protection of whistleblowers, may delay the identification of certain risks or situations until they have been revealed in the public domain. This could negatively affect financial performance and damage its reputation.	/	Own operations

## Airbus SE

Während Airbus im G1-Standard ausschließlich Risiken (z. B. Korruptionsrisiko) formuliert, sind es bei ...

## Ergebnisse der doppelten Wesentlichkeitsanalyse für G1 Unternehmenspolitik

Auswirkungen	Bewertung	Verortung in der Wertschöpfungskette	Beschreibung
Globaler Verhaltenskodex	Positiv	Eigene Geschäftstätigkeit; vor- und nachgelagerte Wertschöpfungskette	Unser globaler Verhaltenskodex hat einen positiven Einfluss auf Arbeitskräfte in unserem Unternehmen sowie auf unsere Wertschöpfungsketten.
Globale Compliance-Maßnahmen und -Systeme	Positiv	Eigene Geschäftstätigkeit; vor- und nachgelagerte Wertschöpfungskette	Unsere globalen Compliance-Maßnahmen und -Systeme haben einen positiven Einfluss auf unsere eigene Belegschaft sowie weitere Beschäftigte in unseren Wertschöpfungsketten.
Antikorruptionsschulungen	Positiv	Eigene Geschäftstätigkeit	In den verpflichtenden Schulungen lernen Mitarbeitende auch, wie sie wachsam sein können, um jede Form von Bestechung oder Korruption zu verhindern. Dadurch tragen wir zu einem Geschäftsumfeld bei, in dem Korruption und Bestechung nicht toleriert werden. Indem BASF als vertrauenswürdige Unternehmen wahrgenommen und geschätzt wird, können wir dazu beitragen, Korruption und Bestechung zu reduzieren.

## BASF SE

... dem Chemiekonzern BASF ausschließlich positive Impacts (z. B. Antikorruptionsschulungen).

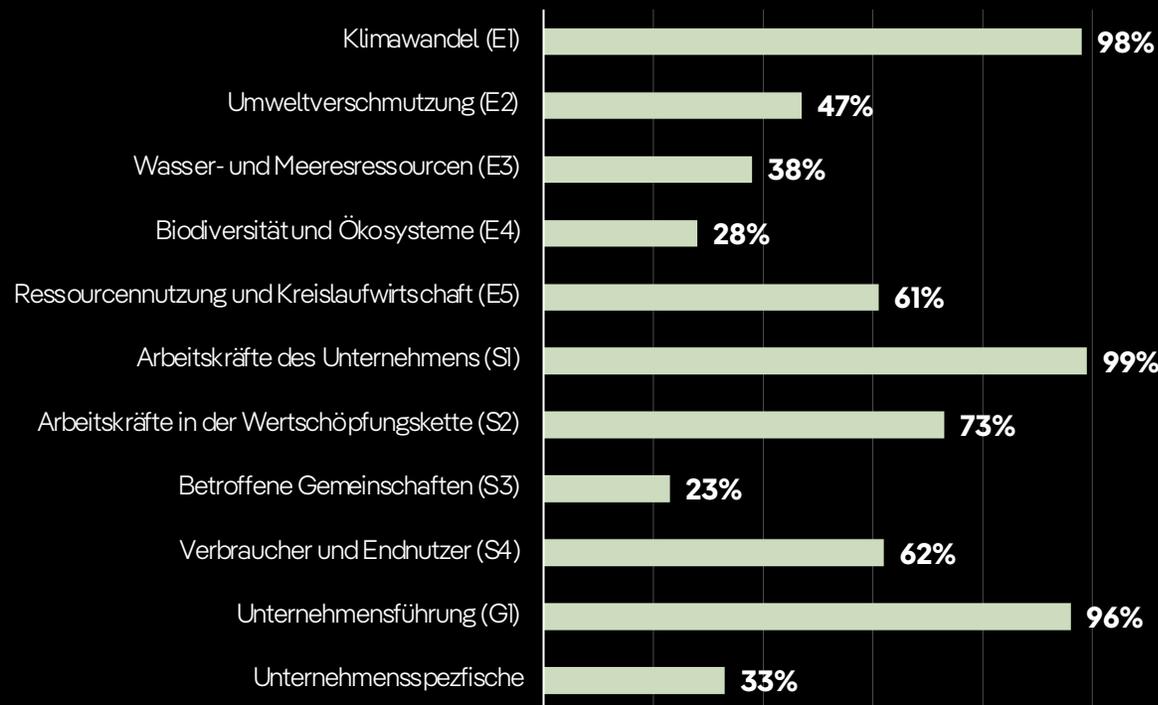
## 2.6. Wesentliche ESRS-Themenstandards Gesamtauswertung

Bei der Anzahl an Unternehmen, die zu den zehn Themenstandards berichten, zeigen sich klare Differenzen:

- **Fast alle** Unternehmen berichten zu den Themenstandards E1, S1 und G1.
- Ebenfalls häufig wird S2 „Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette“ thematisiert (73%).
- **Am seltensten** berichten die 135 untersuchten Unternehmen zu den Themen S3 „Betroffene Gemeinschaften“ (**23 %**) und E4 „Biodiversität“ (**28 %**).

### TAKE AWAY

Die drei Standards E1, S1 und G1 werden von fast allen Unternehmen berichtet. Es bleibt abzuwarten, ob komplexere Themen, wie E4, bald häufiger berichtet werden.



# 2.6. Themenstandards Best Practice

## Adidas AG

Der Sportartikelhersteller berichtet zu allen zehn Themenstandards – und stellt diese anschaulich dar. Außerdem wird die wichtigste Auswirkung kurz beschrieben.

The infographic displays ten ESRS standards in a grid. Each card includes a title, a brief description, and a status icon (a blue checkmark for 'adidas' reporting and a grey circle with 'S' for 'mandatory').

- ESRS 2 Allgemeine Angaben**: adidas berichtet über sämtliche ESRS-Standards, einschließlich wesentlicher IROs. (Mandatory reporting icon)
- ESRS E1 Klimawandel**: Der Großteil der Treibhausgasemissionen entsteht in der vorgelagerten Wertschöpfungskette – Rohstoffe und Fertigung. (adidas reporting icon)
- ESRS S1 Eigene Belegschaft**: adidas legt größten Wert auf das Wohlergehen der eigenen Beschäftigten. (adidas reporting icon)
- ESRS A1 Unternehmensführung**: Eine angemessene Unternehmensführung ist für adidas unerlässlich. (adidas reporting icon)
- ESRS C3 Umweltverschmutzung**: Die Hauptauswirkungen treten in der vorgelagerten Wertschöpfungskette auf – Fertigung. (adidas reporting icon)
- ESRS S2 Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette**: Es ist wichtig, die Rechte der Beschäftigten in unserer Wertschöpfungskette zu schützen. (adidas reporting icon)
- ESRS E3 Wasser- und Meeresressourcen**: Die Hauptauswirkungen treten in der vorgelagerten Wertschöpfungskette auf – Fertigung. (adidas reporting icon)
- ESRS S3 Betroffene Gemeinschaften**: Es ist wichtig, die Menschenrechte der Beschäftigten und der Gemeinschaften in unserer Wertschöpfungskette zu schützen. (adidas reporting icon)
- ESRS E4 Biologische Vielfalt und Ökosysteme**: Die Hauptauswirkungen treten in der vorgelagerten Wertschöpfungskette auf – natürliche Materialien. (adidas reporting icon)
- ESRS S4 Verbraucher und Endnutzer**: Wir stellen unsere Konsument\*innen in den Mittelpunkt unseres gesamten Handelns. (adidas reporting icon)
- ESRS C5 Ressourcennutzung und Kreislaufwirtschaft**: Die Hauptauswirkungen treten in der vorgelagerten Wertschöpfungskette auf – Ressourcenutzung und fehlende kreislaufwirtschaftliche Infrastrukturen in der Branche. (adidas reporting icon)

**Legend:**

- S** Verpflichtende Berichterstattung
- ✓** adidas zu den IROs im Zusammenhang mit den ESRS-Standards

## 2.7. Unternehmensspezifische Angaben

### Wie häufig sind zusätzliche Themen?

Wenn eine wesentliche Auswirkung, ein Risiko oder eine Chance durch die ESRS nicht ausreichend abgedeckt ist, sollen die berichtenden Unternehmen laut Standard ergänzende, **unternehmensspezifische Angaben** machen, um ein vollständiges Bild zu zeichnen.

- **42 %** der Unternehmen des DAX nutzen diese Option.
- Die Unternehmen des MDAX berichten etwas seltener (**37 %**) unternehmensspezifisch.
- Deutlich **seltener** finden sich unternehmensspezifische Angaben in den SDAX-Berichten (**24 %**).



## 2.7. Unternehmensspezifische Angaben

### Welche Themen stehen im Fokus?

39 Unternehmen haben in ihren Berichten unternehmensspezifische Angaben gemacht. Für die nebenstehende Wortwolke sind sinnverwandte Nennungen gebündelt. Die Auswertung zeigt:

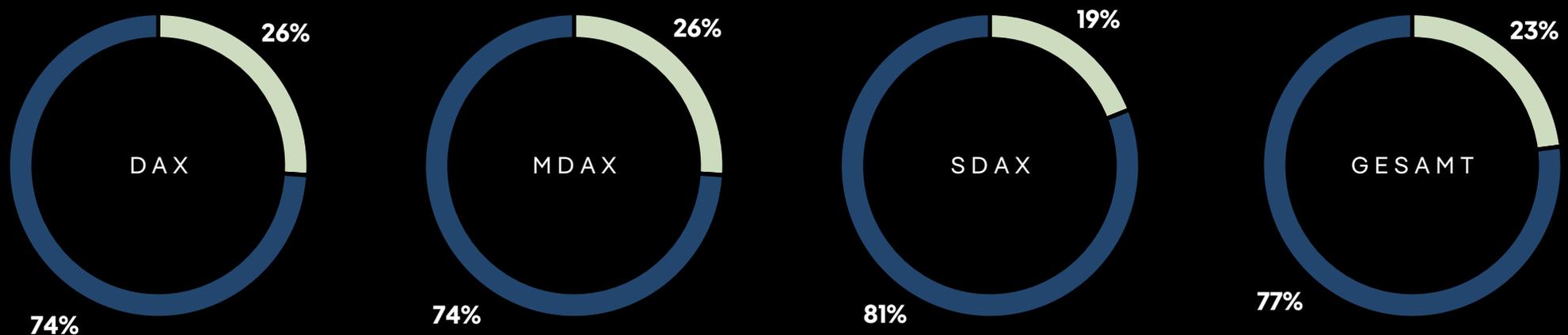
- **Cybersicherheit** (dazu auch Informations- & Datensicherheit) wurde am häufigsten (17 Unternehmen) als Thema hervorgehoben.
- **Produktqualität & -sicherheit** spielten bei 8 Unternehmen eine wesentliche Rolle.
- Der Bereich **Governance & Compliance** steht bei 7 Unternehmen im Fokus.
- Die Mehrheit der Unternehmen nennt lediglich ein unternehmensspezifisches Thema, einzelne Unternehmen führen jedoch **bis zu sechs** individuelle Angaben an.



# Imageteil in der Berichterstattung

## Wie viele Unternehmen nutzen Imagekommunikation?

In etwa **jedem vierten** Bericht ist ein **Imageteil** integriert: eine kurze Text- und Bildstrecke, die das Unternehmen präsentieren oder interessante Innovation oder Nachhaltigkeitsaktivitäten zeigt. Im **SDAX** haben nur **19 %** der Berichte einen Imageteil.



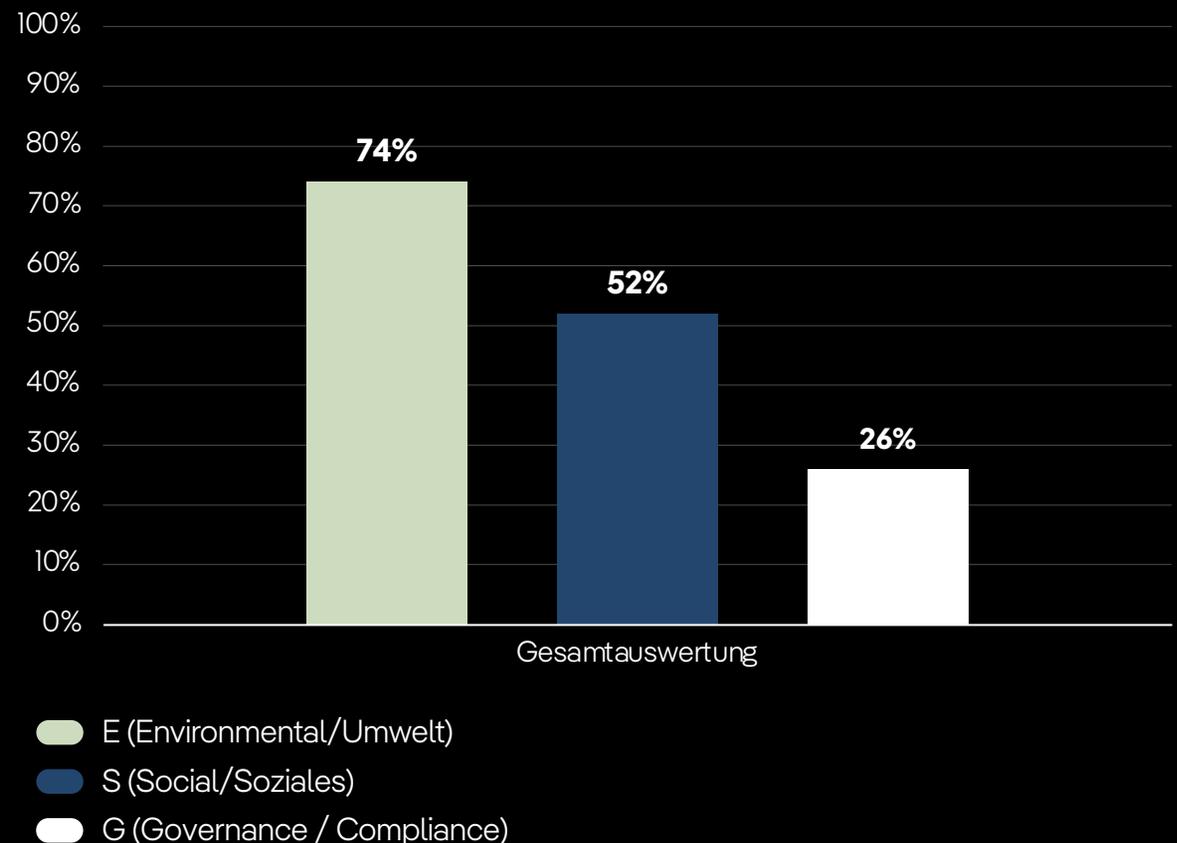
- Imageteil vorhanden
- Kein Imageteil vorhanden

# ESG als Inhalt der Imagekommunikation

## Welche Themen werden genannt?

In **31 von 135 (23 %)** untersuchten Nachhaltigkeitsberichten gibt es eine Imagestrecke.

- Aus dem Dreiklang ESG sind die **Umweltthemen** am häufigsten für die Imagekommunikation aufbereitet. Sie kommen in 23 von 31 Berichten vor (**74 %**).
- Social-Themen kamen in 16 Berichten vor (52 %), Governance-Themen nur in 8 Berichten (26 %).



# Ergänzende Publikation Best Practice

## Bayer AG

Der Pharma- und Agrarchemiekonzern aus Leverkusen veröffentlicht gleich **drei** Nachhaltigkeitspublikationen: Neben dem **Nachhaltigkeitsbericht** im Lagebericht (144 Seiten) und einem **Highlight Report** (12 Seiten) mit Grafiken und Fakten gibt es einen **Impact Report** (143 Seiten): Dieser hat den Charakter eines Berichts und schlüsselt Nachhaltigkeitsinhalte detaillierter auf als der ESRS-Bericht, und verlinkt zugleich auf die Daten des geprüften Berichts.

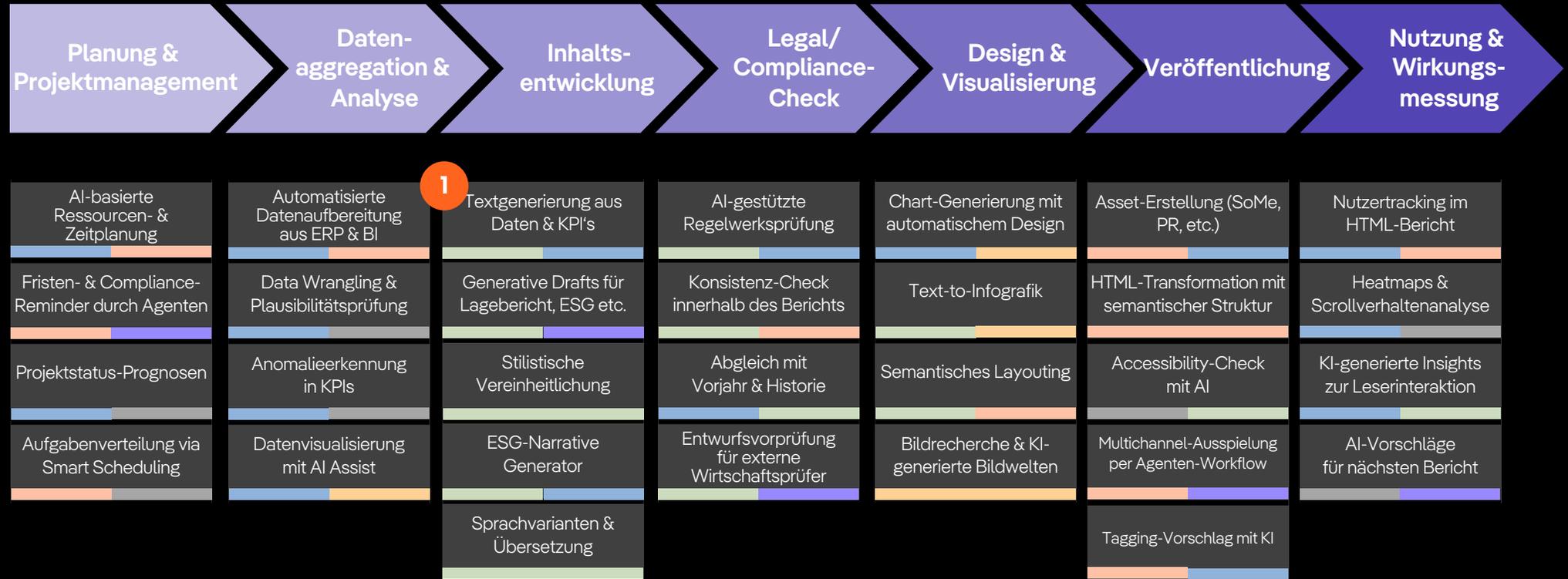


**04**

# **KI im Corporate Reporting**



# KI in Corporate Reporting: Anwendungsfälle



## KI-Fähigkeiten

Text	Bild	Data	ML	Code	Prompting
NLP / Generative Text (Berichte, ESG, Sprache)	Visual AI / Charts & Infografiken	Datenanalyse, Forecasting, KPI-Validierung	Machine Learning für Insights & Plausibilisierung	Automatisierung, Formatierung, HTML	KI-Logik und Automatisierungs-agenten

# Texterstellung auf Basis von KPI's

The screenshot displays the Workiva AI interface. The main window shows a document titled "Integrated Annual Report (2)" with a table of contents on the left. The table of contents includes sections like "Governance & Nomination", "Remuneration", "Audit", "Quality & Regulatory", "9. Corporate Governance", "Financial Statements and Su...", "Consolidated Financial State...", and "Notes to the Financial St...". The "Consolidated Statement of Profit and Loss" section is highlighted. The main content area shows a "Consolidated Group Income Statement" for the year ended 31 December 2022. The table includes items such as Revenue, Cost of Sales, Gross Profit, Operating Profit, Profit before tax, and Profit for the period.

On the right side, there is a "Workiva AI" chat window. It displays a greeting "Hi, Azur!" and a prompt: "Ask for help with tasks, browse the Prompt Library for suggestions, or choose from the quick prompts below." The chat window contains three quick prompts:

- List the AS400 password requirements
- Analyze a debt agreement
- Draft recommendations and audit report

Below the prompts, there are buttons for "Shuffle prompts" and "Prompt Library". At the bottom of the chat window, there is a text input field with the placeholder "What do you need help with?" and a "Send" button. The footer of the chat window states "Content generated by AI. Review for accuracy."

# Texterstellung auf Basis von KPI's

The screenshot displays a 'Prompt Library' dialog box overlaid on a document editor. The dialog box contains the following prompts:

- Financial Reporting**  
**Year over Year Financial Change Narrative**  
Write a brief on year-over-year changes, including amounts, percentages, and net income impact.
- Financial Reporting**  
**Board Slide & MD&A Sentiment**  
Create a board-ready business overview slide and analyze MD&A sentiment.
- Financial Reporting**  
**Preparing for earnings call**  
Generates potential analyst questions based on an MD&A excerpt
- Financial Reporting**  
**Summarizing an MD&A**  
Summarizes an MD&A for a board presentation, including bullet points, quotes, and sentiment analysis
- Financial Reporting**  
**Add subheadings to a provided numbered outline**  
Adds numbered subheadings to the specified point in a provided numbered outline
- Financial Reporting**  
**Generate a numbered outline about a topic**  
Generates a numbered outline about a provided topic

Each prompt has a blue 'Use prompt' button. A 'Cancel' button is located at the bottom right of the dialog box. The background shows a document editor with a sidebar and a top menu.

# Texterstellung auf Basis von KPI's

https://eu.wdesk.com/a/QWNjb3VudB8xMDA0NjExMjU5/doc/4b36ab806c314e75b4e6e89e9d528958/r-1/v/1/sec/4b36ab806c314e75b4e6e89e9d528958\_172

workiva Avikro Integrated Annual Report x Integrated Annual Report (2) x Sustainability '2...

File Edit Data View Review XBRL/XML Markup

Publish Share Undo Redo Properties Styles Table (Normal) Lato 9

Formatting Value formatting Modify

Integrated Annual Report (2)

- Governance & Nomination
- Remuneration
- Audit
- Quality & Regulatory
- 9. Corporate Governance
- Financial Statements and Su...
  - Report on Internal Contr...
  - Report on Financial Cont...
- Consolidated Financial State...
  - Group Consolidated Fin...
  - Group Financial State...
  - Consolidated Statement...**
  - Consolidated Statement ...
  - Consolidated Statement ...
  - Consolidated Statement ...
- Notes to the Financial St...
  - 1. Nature of operatio...
  - 2. General information

6	Gross Profit	67,476	58,735
7	Gains less losses from financial investments	77	66
8	Other operating income	75	65
9	Operating Profit	67,627	58,867
10			
11	Other operating expenses	(10,119)	(8,497)

**Workiva AI**

Change tone Shorten Elaborate Rephrase Create headline More

Write a narrative about the year over year changes in the financial statement figures based on the data in the table. Start with the most current period, [INSERT YEAR], and if there was an increase or decrease when compared to the prior year. Include the dollar and percentage change and if the change had a positive or negative impact on overall net income of the company.

Content generated by AI. Review for accuracy. **Not trained on Workiva content or customer data.**  
[Workiva AI Terms](#)

Avikro Annual Report 2022 Page | 106

VIEWING Consolidated Statement of Profit and Loss AVERAGE 17352556336.3781 COUNT 69 SUM 746158922464.259 75%

# Texterstellung auf Basis von KPI's

The screenshot displays a web browser window with a Workiva AI interface. The browser address bar shows a URL from eu.wdesk.com. The Workiva logo is visible in the top left of the application. The main interface is titled "Avikro Integrated Annual Report" and "Integrated Annual Report (2)". A sidebar on the left lists various report sections, with "Consolidated Statement..." selected. The main content area shows a text box with the following text:

In the fiscal year 2022, the company experienced notable changes in its financial statement figures compared to the previous year, 2021. Starting with revenue, there was a significant increase from €61,810,606,055.99 in 2021 to €71,075,781,581.45 in 2022, marking a rise of €9,265,175,525.46 or approximately 15%. This increase positively impacted the overall net income, as higher revenue typically translates to improved profitability.

The cost of sales also increased, from €3,075,672,963.41 in 2021 to €3,600,169,942.85 in 2022, representing a rise of €524,496,979.44 or about 17%. Despite the increase in costs, the gross profit saw a substantial boost, climbing from €58,734,933,092.58 in 2021 to €67,475,611,638.60 in 2022, an increase of €8,740,678,546.02 or roughly 15%.

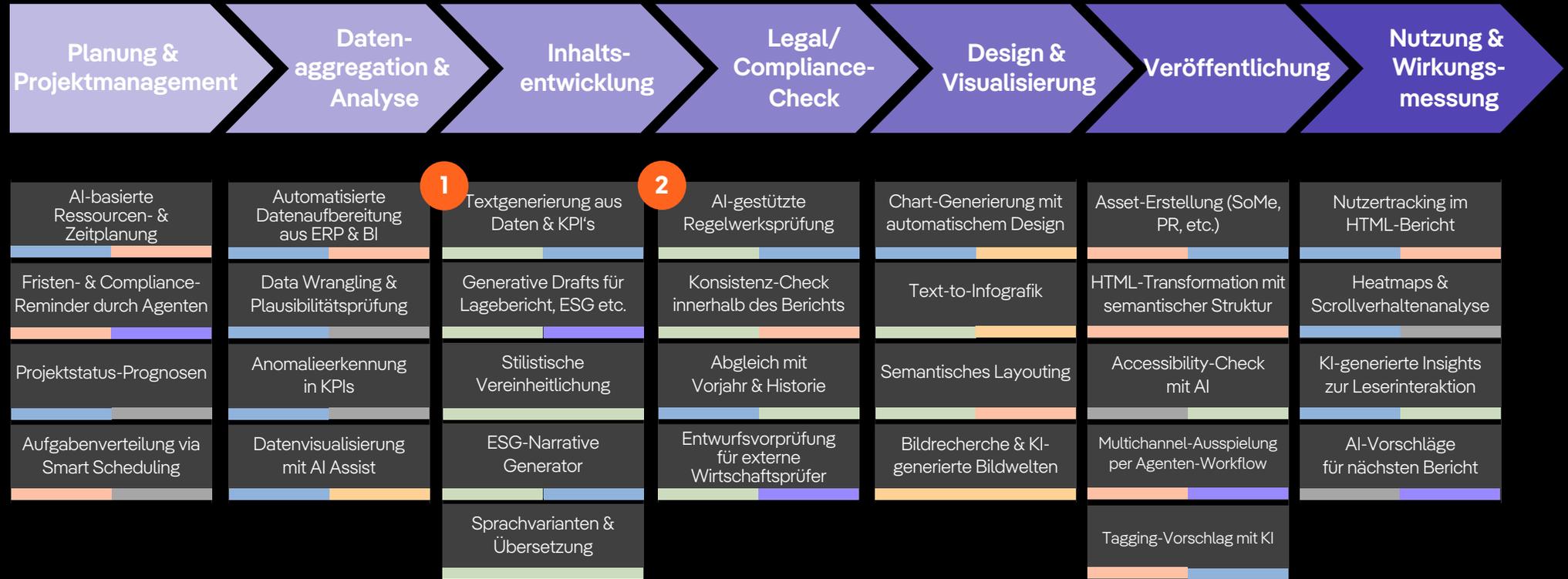
Operating profit followed a similar upward trend, increasing from €58,866,868,938.10 in 2021 to €67,627,392,477.48 in 2022, a rise of €8,760,523,539.38 or approximately 15%. This was despite the increase in other operating expenses, which grew from €8,497,166,810.79 in 2021 to €10,118,742,545.32 in 2022, an increase of €1,621,575,734.53 or about 19%.

Profit before tax rose from €50,297,919,211.63 in 2021 to €57,420,328,934.88 in 2022, an increase of €7,122,409,723.25 or approximately 14%. After accounting for taxation, which increased significantly from €502,293,179.44 in 2021 to €2,919,659,873.91 in 2022, the profit from continuing operations still showed a positive increase from €50,800,212,391.07 in 2021 to €54,500,669,060.96 in 2022, a rise of €3,700,456,669.89 or about 7%.

The basic and diluted earnings per ordinary share both increased from €3.1149 in 2021 to €3.5560 in 2022, reflecting the improved profitability. The dividend per ordinary share also saw a slight increase from €1.02 in 2021 to €1.04 in 2022, indicating a positive outlook for shareholders. Overall, the financial performance in 2022 was robust with increases in key metrics contributing positively to the net income of the company.

Below the text, there are several buttons: "Change tone", "Shorten", "Elaborate", "Rephrase", "Create headline", and "Create bulleted list". A text input field contains the prompt "Do something with the above content...". At the bottom, a disclaimer states: "Content generated by AI. Review for accuracy. Not trained on Workiva content or customer data. [Workiva AI Terms](#)".

# KI in Corporate Reporting: Anwendungsfälle



## KI-Fähigkeiten

Text	Bild	Data	ML	Code	Prompting
NLP / Generative Text (Berichte, ESG, Sprache)	Visual AI / Charts & Infografiken	Datenanalyse, Forecasting, KPI-Validierung	Machine Learning für Insights & Plausibilisierung	Automatisierung, Formatierung, HTML	KI-Logik und Automatisierungsagenten

# AI-gestützte Regelwerksprüfung

The screenshot displays the Workiva Sustainability Report editor interface. The top navigation bar includes 'File', 'Edit', 'Data', 'View', 'Review', and 'Markup'. The left sidebar shows a table of contents for the 'Sustainability Report', with 'Environmental Reporting' selected. The main preview area shows the 'Environmental Reporting' section, which includes a sub-section 'Environment' with a 'Column Break' below it. The 'Environment' section features a photograph of a hand holding a small green plant, followed by the heading 'Climate change an energy transition' and a paragraph of text. Below this is another 'Column Break'. The right side of the preview area shows a 'Decarbonising Energy Use by Sector' section with a 'Column Break' below it. The page number '21' is visible in the top right corner of the preview area.

**Sustainability Report**

- Chief Executive Overview
- The crisis of our world
- Our business
- Executive Officers
- The numbers behind the narra...
- Our Strategy Divider
- Our Strategy
  - Future Goals
  - Avikro's pledge to the planet
- Performance Overview Divider
- Performance Overview
  - Financial Highlights
  - Market Results
  - SDG Response
  - Environmental Reporting Divi...
  - Environmental Reporting**
    - Environmental Reporting
    - Emissions Data
    - Waste Management
    - Reducing Waste
    - Water Reporting
  - Social Reporting Divider
  - Social Reporting
    - People
    - Safety Reporting

**Environmental Reporting**

**Environment**

Column Break

**Climate change an energy transition**

We fully support the Paris Agreement's goal to keep the rise in global average temperature this century to well below two degrees Celsius (2°C) above pre-industrial levels and to pursue efforts to limit the temperature increase even further to 1.5°C.

We are taking action to tackle our own emissions and to help customers to reduce theirs. As the energy system evolves, so will our business to provide the mix of products that our customers need.

Column Break

**Decarbonising Energy Use by Sector**

We also helped to develop a range of sector-specific programmes under the Mission Possible Platform, a collaborative initiative by the World Economic Forum in partnership with the Energy Transitions Commission. The platform focuses on developing partnerships for enabling the heavy industry and heavy-duty transport sectors to achieve net-zero carbon emissions. Energy section.

For example, we joined the Global Maritime Forum's Getting to Zero shipping coalition announced at the UN Climate Summit in New York in 2020. The coalition brings together more than 90 companies from a range of backgrounds, including maritime, energy and finance, to engineer clean fuels and vessels while pushing to ensure these are supported by adequate infrastructure, such as ports. The coalition aims to find a way to put a commercially viable net-zero emissions ship to sea by 2030.

Column Break

21



# AI-gestützte Regelwerksprüfung

08 Draft ESRS E1 Climate Change November 2022.pdf

1 / 45 - 110% +

**DRAFT EUROPEAN SUSTAINABILITY REPORTING STANDARDS**

---

**ESRS E1**  
**Climate change**

Thumbnail 1: Cover page of the draft ESRS E1 Climate Change November 2022.pdf document.

Thumbnail 2: A page with a table or list structure.

Thumbnail 3: A page with a table or list structure.

Thumbnail 4: A page with a table or list structure.

Thumbnail 5: A page with a table or list structure.

# AI-gestützte Regelwerksprüfung

critical for a cleaner energy future, and that now per  
work and play is increasingly going to need to be po  
low-carbon electricity. But we expect that consume  
continue to use oil and gas for some time to come an  
economic activities can be easily, swiftly or cost effe  
electrified. We see continuing, changing roles for oil  
alongside renewable energy, hydrogen and new tec

We are growing our New Energies business with inv  
in low carbon technologies, including biofuels, elect  
charging and wind power. We are also developing  
complementary approaches like carbon capture and  
and nature-based solutions to manage the difficult-  
emissions that will remain in the system for years to  
to continued consumer use of oil and gas.

Addressing a challenge as big as climate change req  
collaborative, society-wide approach. We believe th  
policies from governments, such as applying a cost t  
emissions through measures such as carbon-pricing  
mechanisms, supported by effective steps to reduce  
emissions from businesses including ours and from  
society, are the best ways to reach solutions and dri  
progress.

----- Column Break -----

Knowledge base **General**

**Analyze a debt agreement**

**Add subheadings to a provided numbered outline**

The General knowledge base helps you with general knowledge and tasks

Tell me which of the climate change disclosure requirements E1-1 through E1-9 from the Draft ESRS E1 Standard document are covered in the environmental report section of my Avikro report. Then, list any gaps you identify @'Sustainability Report' @'08 Draft ESRS E1 Climate Change November 2022.pdf'

Content generated by AI. Review for accuracy. ?

# AI-gestützte Regelwerksprüfung

The screenshot displays a document titled "Environmental Reporting" with a sidebar on the left and a main content area. The main content area features a section on "energy transition" with a sub-section "energy transition" and a paragraph discussing the company's goal to keep the rise in temperature this century to well below two degrees Celsius. A small image of a hand holding a seedling is visible. The right sidebar shows a "Workiva AI" chat window with a clear chat button and a close button. The chat window contains a user prompt: "Based on the provided Avikro report and the ESRS E1 Climate Change requirements, here's a breakdown of coverage and gaps:". The AI response includes a warning to "Review responses for accuracy" and a "Dismiss" button. The response also includes a "Covered Requirements:" section with two bullet points: "E1-1 Transition plan for climate change mitigation: Partially covered. The report mentions goals for 2030 (33% renewable energy procurement, electric vehicle transition) and a commitment to 100% clean energy by 2045, exceeding SBTi goals. However, it lacks details on how these goals will be achieved, interim targets, and integration with the overall business strategy. There is no mention of planned capital expenditure." and "E1-2 Policies related to climate change mitigation and adaptation: Partially covered. The report mentions commitments to reducing emissions, water usage, landfill". At the bottom of the chat window, there is a text input field with the placeholder "What do you need help with?" and a "Content generated by AI. Review for accuracy." warning.

Workiva AI

Clear chat

Review responses for accuracy

If the referenced files have [unsupported content](#), responses may be incomplete. [Dismiss](#)

Based on the provided Avikro report and the ESRS E1 Climate Change requirements, here's a breakdown of coverage and gaps:

**Covered Requirements:**

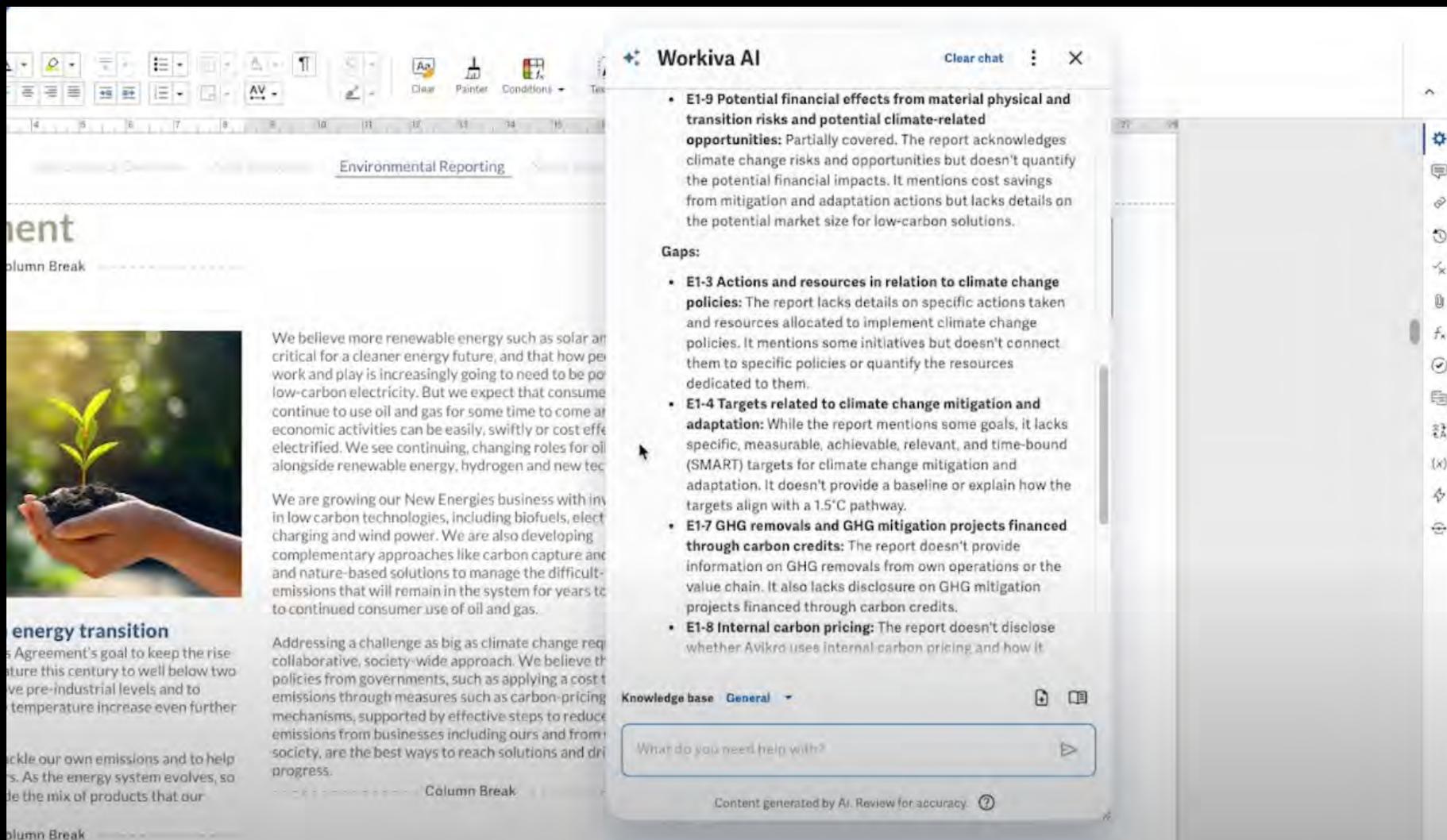
- **E1-1 Transition plan for climate change mitigation:** Partially covered. The report mentions goals for 2030 (33% renewable energy procurement, electric vehicle transition) and a commitment to 100% clean energy by 2045, exceeding SBTi goals. However, it lacks details on how these goals will be achieved, interim targets, and integration with the overall business strategy. There is no mention of planned capital expenditure.
- **E1-2 Policies related to climate change mitigation and adaptation:** Partially covered. The report mentions commitments to reducing emissions, water usage, landfill

Knowledge base General

What do you need help with?

Content generated by AI. Review for accuracy.

# AI-gestützte Regelwerksprüfung



The screenshot displays a document review interface. On the left, a document page titled "Environmental Reporting" is visible, featuring a green plant growing from a hand holding soil. The text on the page discusses renewable energy and climate change. On the right, a "Workiva AI" chat window is open, displaying a list of findings and gaps related to the document's content. The chat window includes a "Clear chat" button and a "Knowledge base" dropdown menu. At the bottom of the chat window, there is a text input field with the placeholder "What do you need help with?" and a "Content generated by AI. Review for accuracy." disclaimer.

**Workiva AI** Clear chat X

- **E1-9 Potential financial effects from material physical and transition risks and potential climate-related opportunities:** Partially covered. The report acknowledges climate change risks and opportunities but doesn't quantify the potential financial impacts. It mentions cost savings from mitigation and adaptation actions but lacks details on the potential market size for low-carbon solutions.

**Gaps:**

- **E1-3 Actions and resources in relation to climate change policies:** The report lacks details on specific actions taken and resources allocated to implement climate change policies. It mentions some initiatives but doesn't connect them to specific policies or quantify the resources dedicated to them.
- **E1-4 Targets related to climate change mitigation and adaptation:** While the report mentions some goals, it lacks specific, measurable, achievable, relevant, and time-bound (SMART) targets for climate change mitigation and adaptation. It doesn't provide a baseline or explain how the targets align with a 1.5°C pathway.
- **E1-7 GHG removals and GHG mitigation projects financed through carbon credits:** The report doesn't provide information on GHG removals from own operations or the value chain. It also lacks disclosure on GHG mitigation projects financed through carbon credits.
- **E1-8 Internal carbon pricing:** The report doesn't disclose whether Avikro uses internal carbon pricing and how it

Knowledge base General

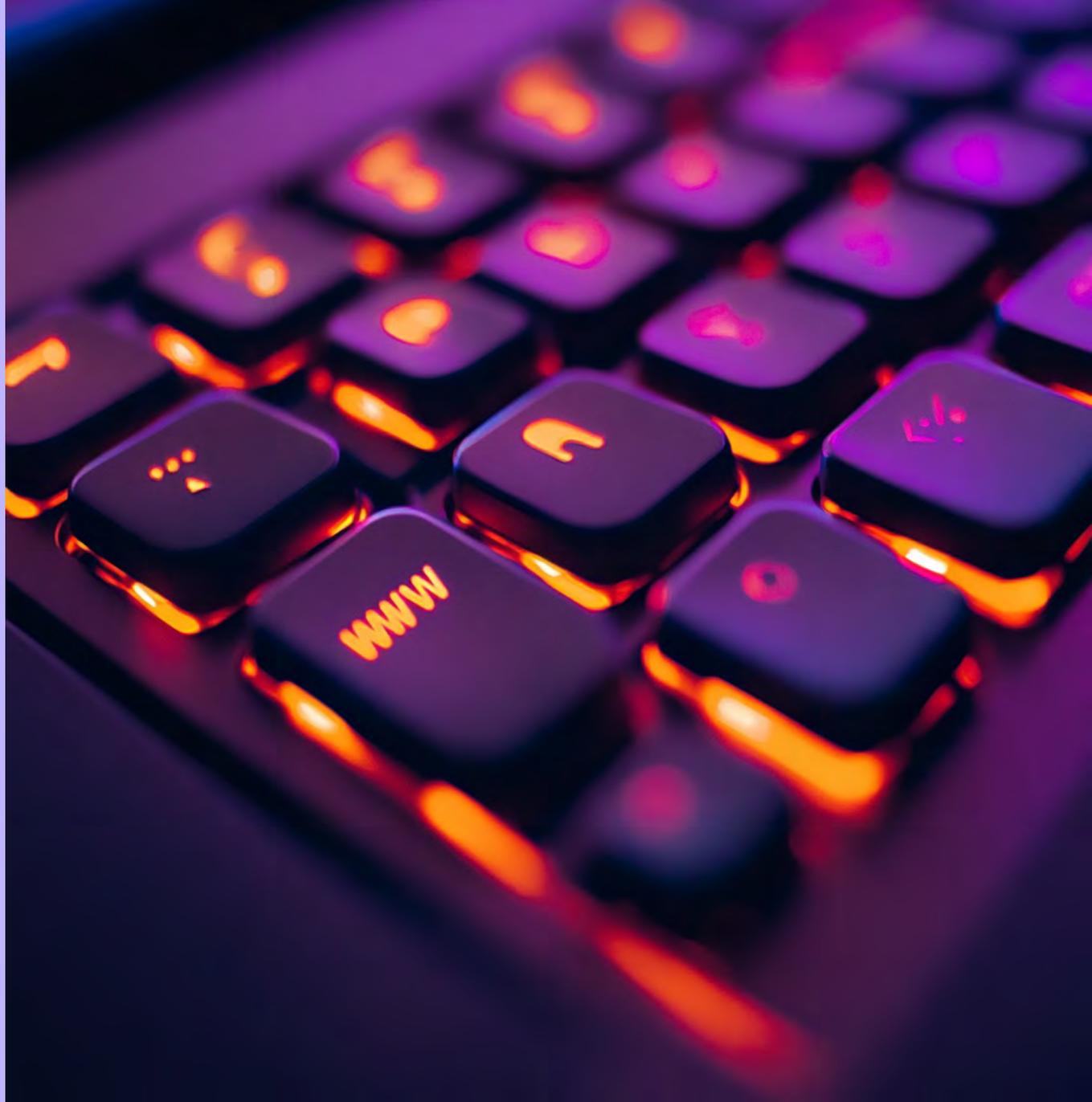
What do you need help with?

Content generated by AI. Review for accuracy.

RYZE DIGITAL

**05**

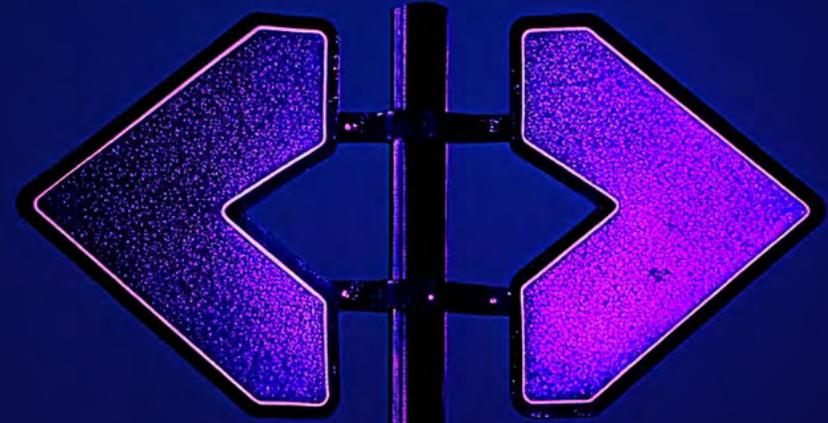
# **Trends & Thesen**



# Ganz oder gar nicht!

Obwohl die Anzahl der Online-Berichte insgesamt gesunken ist, gibt es unter den Online-Berichten mehr Full-HTML-Berichte als Teil-HTML-Berichte.

Stehen Unternehmen an einem Scheideweg bei der Berichterstattung? Entweder Full-HTML-Bericht oder nur ein PDF?



# Platzt das PDF aus allen Nähten?

Der Umfang der Berichtsinhalte steigt- zuletzt aufgrund der Integration der Nachhaltigkeits-themen in den Geschäftsbericht. PDFs mit weit über 500 Seiten stoßen bei der Usability an ihre Grenzen.

Online-Berichte können mehr bei:

- Reichweite & Sichtbarkeit
- Interaktivität & Nutzerfreundlichkeit
- Echtzeit-Analyse & Feedback



# HTML statt Black Box

Generative KI-Systeme (GEOs) wie ChatGPT, Gemini oder Perplexity verändern die Informationssuche.

Diese Systeme durchsuchen **öffentlich zugängliche, strukturierte HTML-Inhalte** – nicht oder nur begrenzt PDFs.

Sichtbarkeit in KI-Antworten wird künftig **über Reichweite, Vertrauen und Einfluss entscheiden** – insbesondere im B2B-Kontext (Investoren, Analysten, Medien, Talente).

Unternehmen, die heute auf HTML setzen, sichern sich morgen den Platz in den Antworten der künstlichen Intelligenz.



# Die Zukunft ist formatfrei.

HTML oder PDF? Diese Frage gehört bald der Vergangenheit an. Der **Zielkonflikt zwischen Effizienz und Exzellenz** wird aufgehoben.

Mit modernen DM-Systemen, KI und passenden Reporting Hubs lassen sich Inhalte aus einer Quelle automatisch in alle Kanäle ausspielen – von ESG-Portalen bis zur IR-Website.

Das schafft Konsistenz und maximale Wirkung der User Experience – ganz ohne Formatkompromisse.





RYZE DIGITAL

# Reporting ist eine Haltung.

Ein Geschäftsbericht ist mehr als Pflicht – er ist eine Haltung und **Ausruck von Respekt**.

Ein Geschäftsbericht zeigt nicht nur, *was* ein Unternehmen tut – sondern auch, **wie es über seine Stakeholder denkt**.

Ein liebloses PDF wirkt wie ein schlecht gemachtes Kabel: **funktional, aber respektlos**.

Es zeigt: *"Wir erwarten nicht, dass du dich ernsthaft damit beschäftigst."*

Der Bericht ist oft der **einzig tiefergehende Berührungspunkt** mit dem Unternehmen – und dieser Moment sollte überzeugen.



# Fragen, Anmerkungen & Kontakt



**CEO**

---

Philipp Mann

---

+49 160 975 44 893

---

p.mann@ryze-digital.de

---

**RYZE Digital**

**Vielen  
Dank!**

**Think Before  
You Print**

