

RYZE DIGITAL

Reporting im Reality Check

Trendmonitor, KI-Potenziale und neue Anforderungen

300

Mitarbeiterinnen
& Mitarbeiter

Ø 1,66

Kundenzufriedenheit
(Kundenumfrage 2025)

ibexa

Gold-
Partner

4

Standorte

30%

DAX-Unternehmen
setzen auf uns

workiva

Partner

HubSpot

Diamond-
Partner

#1

Content-Agentur
(LOUT Chartbreaker 2025)

#1

Reporting-Agentur
(PR Report 04/2024)

+380

Awards in internationalen
Wettbewerben

nuwacom

Partner

TYPO3

Solution
Gold Member

+25

Jahre Erfahrung
am Markt

RYZE
CORPORATE
COMMUNICATIONS

Content & Campaigning

Corporate Reporting &
Sustainability

Employee Experience

Strategy
Consulting

RYZE
AI Suite

RYZE
DIGITAL MARKETING
& EXPERIENCE

Digital Experience
& Websites

CRM, Product- &
Digital Data Services

Social Media &
Performance Marketing



Corporate Reporting & Sustainability

- **Beratung – Strategie, Struktur und Compliance:**
Roadmap & Narrativ, Nachhaltigkeit- und ESG-Strategie, Standards (CSRD, ESRS, GRI etc.) & operative Umsetzung, Redaktion regulatorischer Berichtstexte, Prozesse & Reporting-Workflows
- **Tech – HTML und Systeme:**
RYZE Reporting Hub für automatisierten HTML-Report, Interaktive Digitalberichte, Beratung, Auswahl, Implementierung & Support bei Redaktionssystemen und ESG- & Disclosure-Management-Systemen
- **Kommunikation & Design – Story und Visualisierung:**
Kreativkonzept (inkl. Bild, Fotografie & Video), Inhaltliche & grafische Konzeption für Imageinhalte, Redaktion, Gestaltung & Umsetzung von Berichten, Begleitkommunikation



AGENDA

Reporting im Reality Check

01

**Trendmonitor
DAX40 & MDAX**

02

**KI-Assistenten im
Reporting**

03

**GEO im
Reporting**

04

**Fragen &
Austausch**

Disclaimer

Aktualisierung der Grundgesamtheit & Kriterienkatalog

Den Kriterienkatalog zur Auswertung der Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichte haben wir in den vergangenen Jahren stets behutsam weiterentwickelt, um aktuelle Entwicklungen in der digitalen Berichterstattung angemessen abzubilden und gleichzeitig eine **möglichst hohe Vergleichbarkeit** der Ergebnisse zu gewährleisten.

Für die Analyse der Berichte 2025 haben wir die bisherige Grundgesamtheit der DAX-40-Unternehmen um die **Unternehmen des MDAX** erweitert. Dadurch schaffen wir eine breitere Vergleichsbasis und berücksichtigen verstärkt Unternehmen jenseits der größten deutschen Konzerne.

Auch der Kriterienkatalog wurde gezielt weiterentwickelt. Neben bestehenden Kategorien wurden **neue qualitative Bewertungskriterien** aufgenommen, die sich unter anderem mit der gestalterischen Qualität und Nutzerführung von Berichten befassen. Darüber hinaus berücksichtigen wir erstmals Aspekte der Auffindbarkeit und Nutzbarkeit von Inhalten im Kontext generativer KI-Systeme (**GEO**).

Die im Vorjahr gesondert betrachteten **Nachhaltigkeits- und CSR-bezogenen Bewertungskategorien** wurden für die diesjährige Analyse wieder in die Gesamtuntersuchung integriert. So möchten wir den zunehmenden Stellenwert nachhaltigkeitsbezogener Berichterstattung innerhalb der Unternehmenskommunikation ganzheitlich abbilden.

Disclaimer

Airbus SE & Nachhaltigkeitsberichte des MDAX

Zum Stichtag der Erhebung am 15. Juni lag für Airbus SE noch kein Geschäftsbericht im klassischen Sinne (nur Einzeldokumente) für das Geschäftsjahr vor. Das Unternehmen wurde daher in der diesjährigen Auswertung nicht berücksichtigt.

Alle Auswertungen und Prozentangaben zur DAX-40-Grundgesamtheit beziehen sich entsprechend auf **39 Unternehmen**.

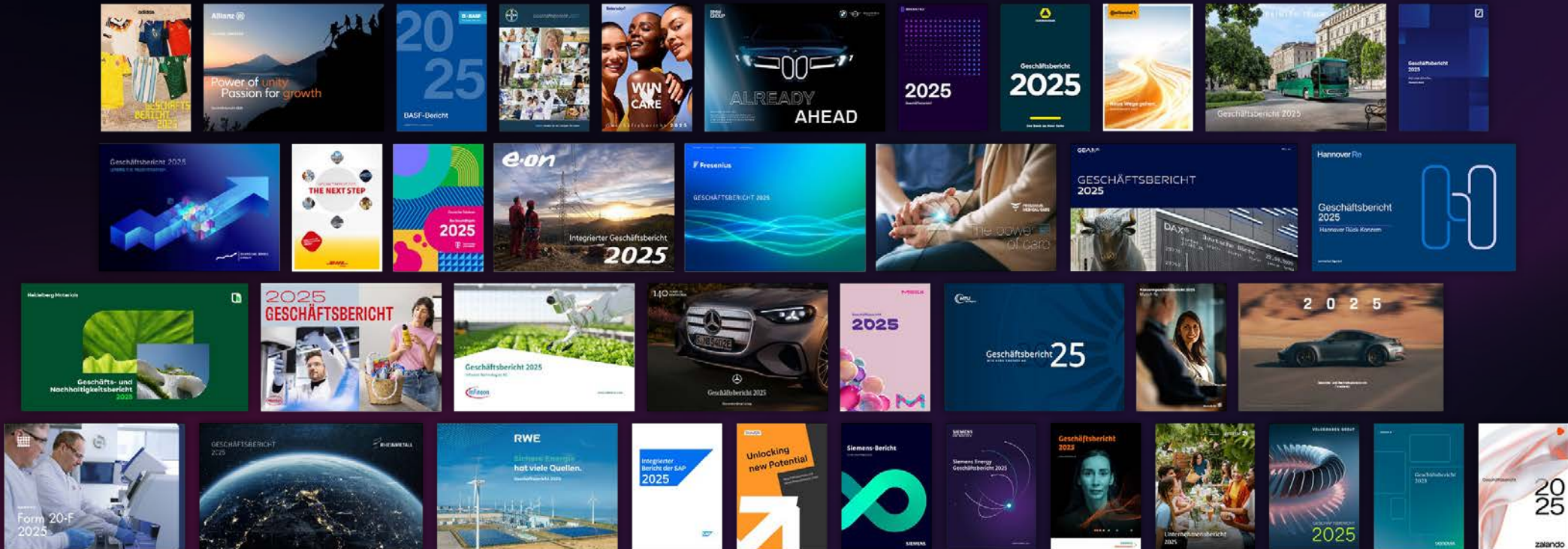
Die Vergleichbarkeit mit Vorjahreswerten kann dadurch in einzelnen Kategorien geringfügig beeinflusst sein.

Bei zwei Unternehmen des MDAX wurden die Nachhaltigkeitsberichte nicht in die Analyse einbezogen. Die Porsche SE verweist in ihrer Berichterstattung auf den Nachhaltigkeitsbericht der Porsche AG. Die TRATON SE ist über ihren Mutterkonzern Volkswagen AG von einer eigenständigen ESG-Berichtspflicht befreit.

Sämtliche Auswertungen und Angaben zum Thema Nachhaltigkeit innerhalb des MDAX basieren daher auf einer Grundgesamtheit von **48 Unternehmen**.

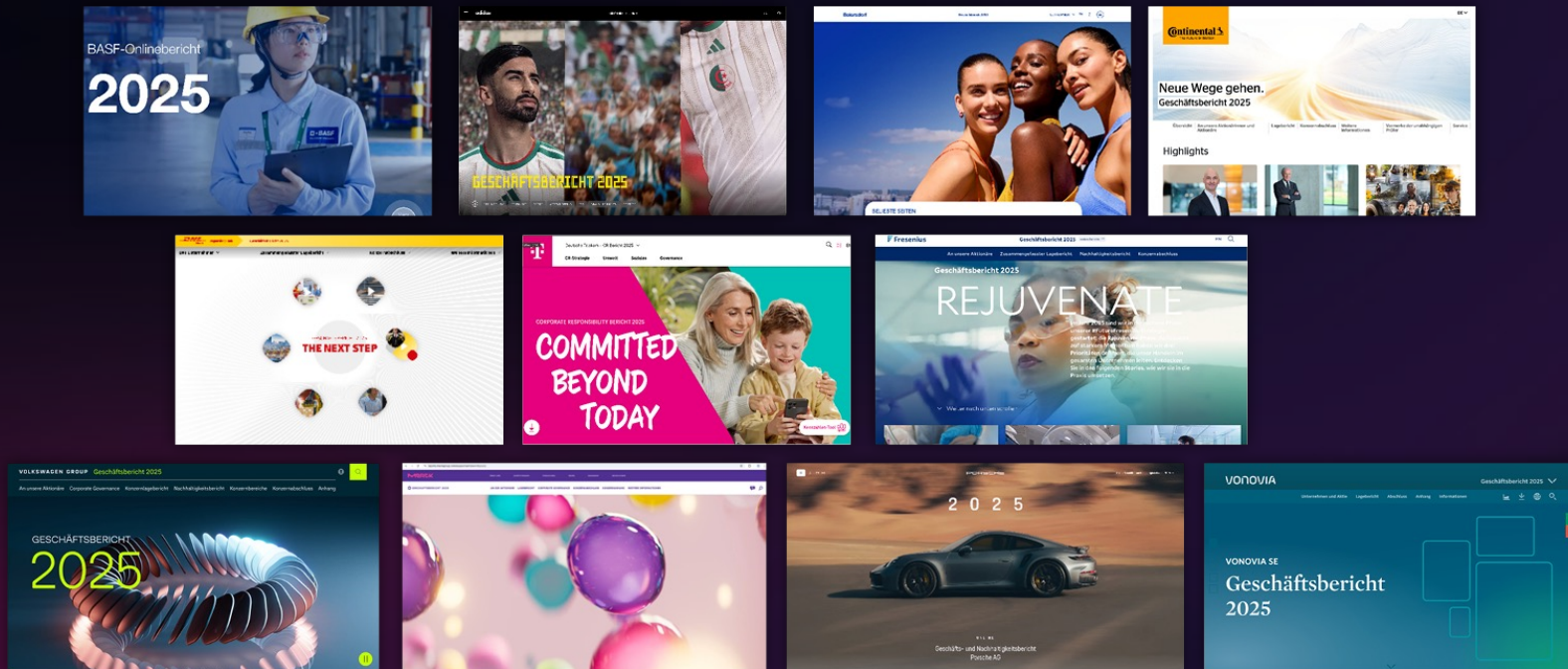
DAX-40-Geschäftsberichte 2025

PDF



DAX-40-Geschäftsberichte 2025

Online



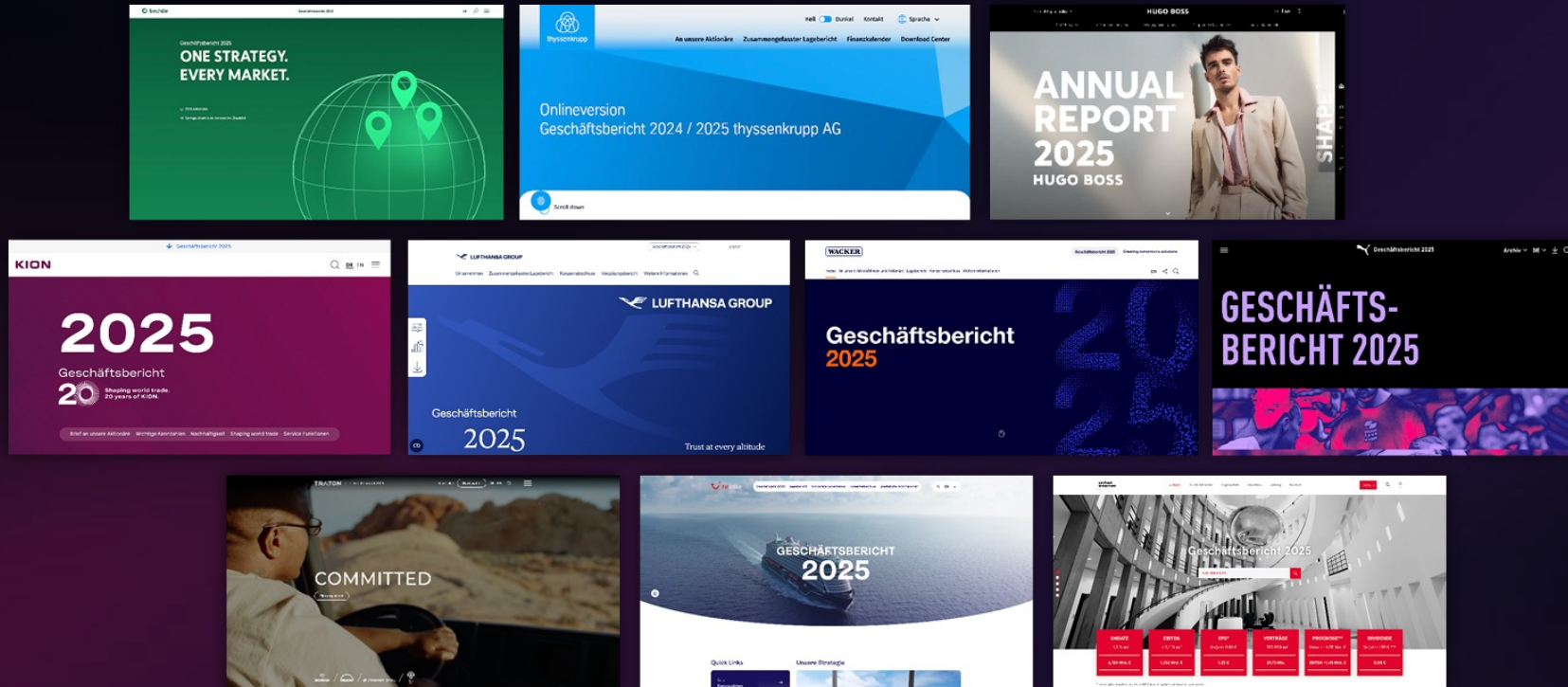
MDAX-Geschäftsberichte 2025

PDF



MDAX-Geschäftsberichte 2025

Online



01

Medienportfolio

Online, PDF
& Tech

Formate im Medienportfolio

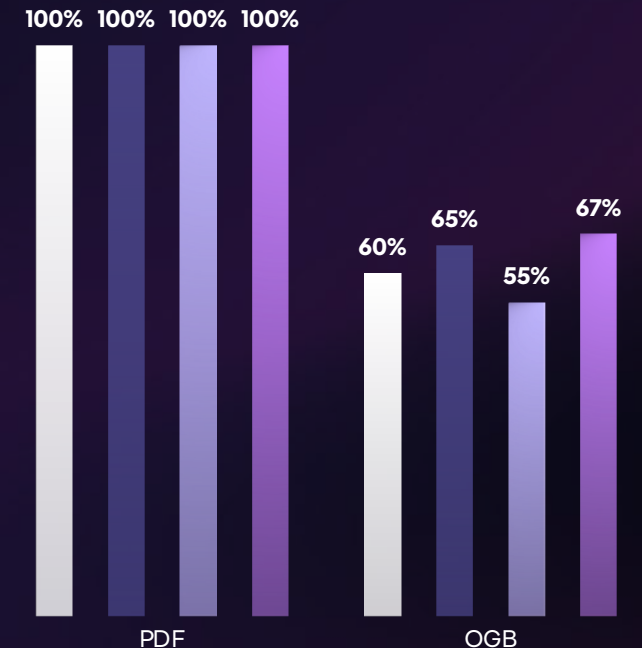
DAX 40 im 4-Jahres-Vergleich

Wenig überraschend: Das PDF bleibt auch 2025 das zentrale Format der Geschäftsberichterstattung. **Alle** untersuchten DAX-Unternehmen stellen ihren Geschäftsbericht als PDF zur Verfügung und erfüllen damit die regulatorischen Anforderungen an die Veröffentlichung der Finanzberichterstattung.

Bei den Online-Geschäftsberichten zeigt sich dagegen ein differenzierteres Bild. Nachdem der Anteil im vergangenen Jahr auf 55 % gesunken war, steigt er 2025 wieder deutlich auf **67 %** (26 Unternehmen) an und erreicht damit den höchsten Wert der vergangenen vier Jahre.

Die Entwicklung bleibt jedoch von Schwankungen geprägt (2022: 60 %, 2023: 65 %, 2024: 55 %), sodass sich bislang kein eindeutiger Trend ableiten lässt.

Printberichte und spezielle Reporting-Apps spielen dagegen bereits seit mehreren Jahren keine relevante Rolle mehr.



Formate im Medienportfolio

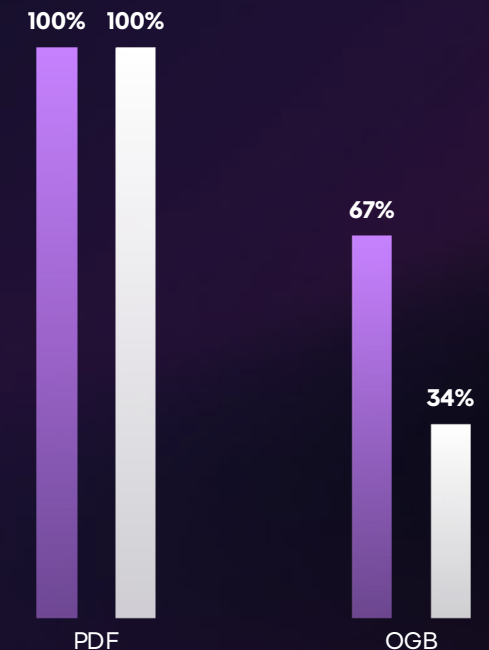
Vergleich MDAX mit DAX 40

Das PDF ist sowohl im DAX als auch im MDAX das Standardformat der Geschäftsberichterstattung. Auch **alle** untersuchten Unternehmen im MDAX stellen ihren Geschäftsbericht als PDF zur Verfügung.

Deutliche Unterschiede zeigen sich jedoch bei den Online-Geschäftsberichten. Während im DAX bereits **67 %** der Unternehmen (26 von 39) ihre Berichterstattung zusätzlich in Form eines Online-Geschäftsberichts anbieten, liegt der Anteil im MDAX mit **34 %** (17 von 50) deutlich niedriger.

Die Ergebnisse zeigen, dass Online-Geschäftsberichte vor allem im DAX inzwischen zum etablierten Bestandteil des Medienportfolios gehören, während Unternehmen im MDAX weiterhin deutlich häufiger auf das PDF als zentrales Veröffentlichungsformat setzen.

 DAX 40 2025
 MDAX 2025

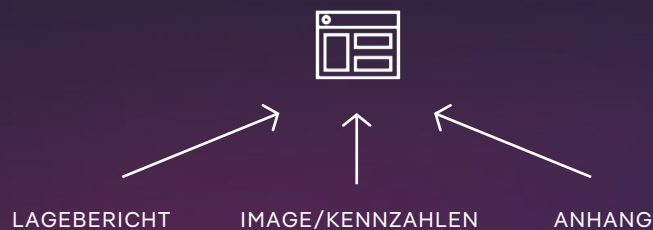


Umsetzung der Online-Berichte

Definition Full-HTML & Teil-HTML

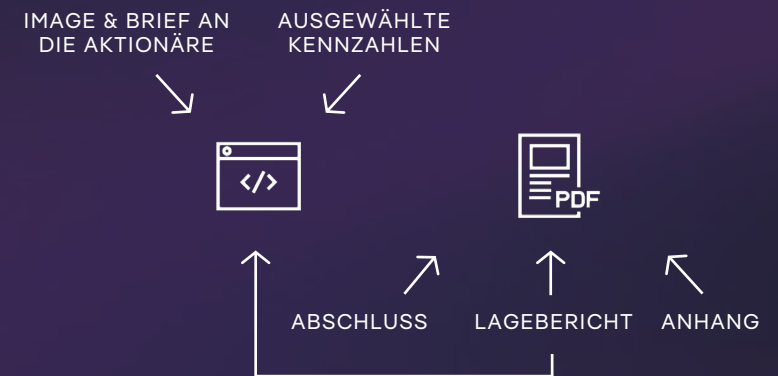
Full-HTML

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 Online-Berichte

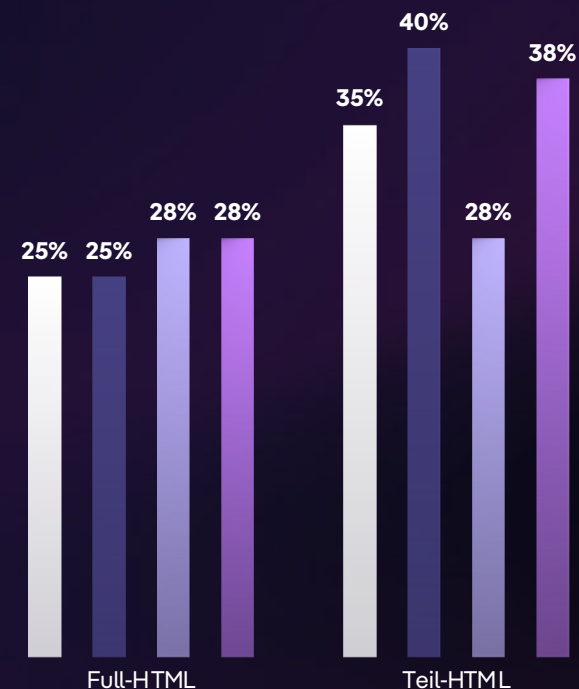
DAX 40 im 4-Jahres-Vergleich

Die Zahl der als Full-HTML umgesetzten Geschäftsberichte bleibt im Vergleich zum Vorjahr unverändert. **28 %** der DAX-Unternehmen bilden ihre Berichterstattung vollständig digital ab und stellen sämtliche Berichtsinhalte in einer Online-Umgebung bereit.

Im Vierjahresvergleich zeigt sich damit ein stabiles Bild. Der Anteil bewegt sich seit 2022 konstant zwischen 25 % und 28 %. Eine Ablösung klassischer Berichtsformate durch Full-HTML-Lösungen ist nicht erkennbar.

Deutlich dynamischer entwickelt sich dagegen das Segment der Teil-HTML-Berichte. Nachdem der Anteil 2024 auf 28 % gesunken war, steigt er 2025 wieder auf **38 %** an und erreicht damit nahezu das Niveau der Vorjahre.

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass viele Unternehmen weiterhin auf hybride Reporting-Ansätze setzen. Häufig werden ausgewählte Inhalte, Kennzahlen oder Zusammenfassungen digital aufbereitet, während umfangreiche Detailinformationen weiterhin über das PDF bereitgestellt werden. Der Zuwachs bei den Online-Berichten im Berichtsjahr 2025 ist damit vor allem auf die stärkere Verbreitung dieser Mischformen zurückzuführen.



Umsetzung der Online-Berichte

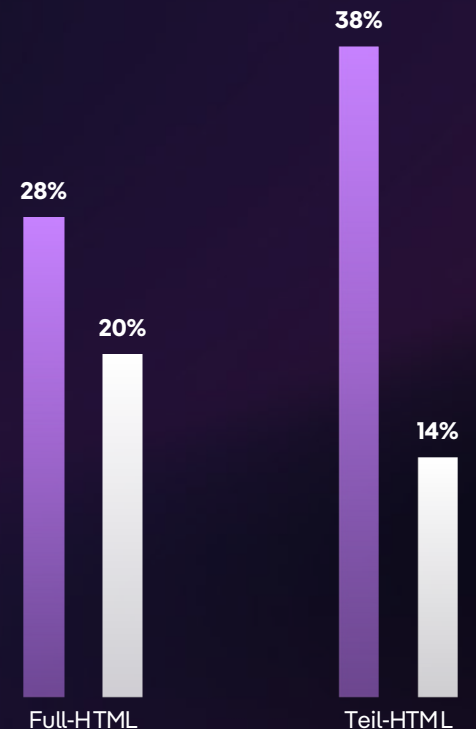
Vergleich MDAX mit DAX 40

Auch bei der Umsetzung von Online-Geschäftsberichten zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen DAX und MDAX. Während insgesamt **67 %** der DAX-Unternehmen ihre Berichterstattung ganz oder teilweise digital über einen Online-Bericht bereitstellen, liegt der Anteil im MDAX bei lediglich **34 %**.

Auffällig ist dabei, dass sich die Verbreitung von Full-HTML-Berichten in beiden Indizes vergleichsweise ähnlich entwickelt. **28 % der DAX-Unternehmen** und **20 % der MDAX-Unternehmen** setzen auf eine vollständig digitale Umsetzung ihrer Berichterstattung.

Die größten Unterschiede zeigen sich bei den Teil-HTML-Berichten. Während im **DAX 38 %** der Unternehmen auf hybride Reporting-Ansätze setzen, liegt der Anteil im **MDAX** bei lediglich **14 %**. Die Ergebnisse legen nahe, dass Online-Geschäftsberichte im DAX deutlich stärker als Bestandteil des Medienportfolios etabliert sind, während im MDAX weiterhin häufiger ausschließlich auf das PDF als Veröffentlichungsformat gesetzt wird.

 DAX 40 2025
 MDAX 2025



Unternehmen mit Full-HTML-Bericht

GB24 und GB25 im DAX 40

Bei den Full-HTML-Berichten zeigt sich 2025 ein stabiles Bild. Mit **11 (28 %)** Unternehmen bleibt die Anzahl gegenüber dem Vorjahr unverändert, gleichzeitig gibt es weder Neuzugänge noch Unternehmen, die das Format aufgegeben haben.

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass sich die Gruppe der Unternehmen, die ihre Berichterstattung vollständig digital umsetzt, aktuell auf einem konstanten Niveau bewegt. Full-HTML bleibt ein etabliertes, aber weiterhin selektiv eingesetztes Reporting-Format.



Porsche

Auch in diesem Jahr überzeugt Porsche mit einem ansprechenden, übersichtlichen und durchdachten Full-HTML-Bericht.

UNTERNEHMEN	2024	2025
Adidas	✓	✓
BASF	✓	✓
Beiersdorf	✓	✓
Continental	✓	✓
DHL Group	✓	✓
Deutsche Telekom	✓	✓
Fresenius	✓	✓
Merck KGaA	✓	✓
Porsche AG	✓	✓
Volkswagen	✓	✓
Vonovia	✓	✓

Unternehmen mit Full-HTML-Bericht

MDAX

Full-HTML-Berichte bleiben auch im MDAX die Ausnahme. Lediglich **20 %** der untersuchten Unternehmen setzen auf eine vollständig digitale Umsetzung ihrer Geschäftsberichterstattung.

Die folgende Übersicht zeigt die Unternehmen, die ihre Berichtsinhalte vollständig online bereitstellen und damit auf klassische PDF-zentrierte Reporting-Ansätze verzichten. Sie gehören innerhalb des MDAX zu den Vorreitern digitaler Berichterstattung.



Hugo Boss

Mit interaktiven Elementen und einer klaren Scrollytelling-Struktur zählt der Bericht zu den überzeugendsten Full-HTML-Umsetzungen im MDAX.

UNTERNEHMEN	2025
Bechtle	✓
Hugo Boss	✓
KION Group	✓
Lufthansa	✓
Puma	✓
thyssenkrupp	✓
TRATON	✓
TUI	✓
United Internet	✓
Wacker Chemie	✓

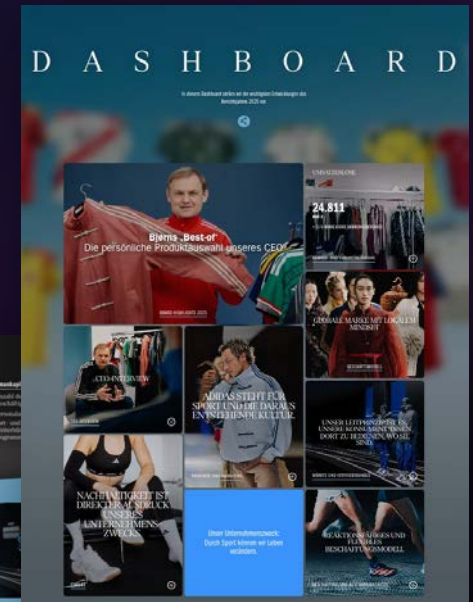
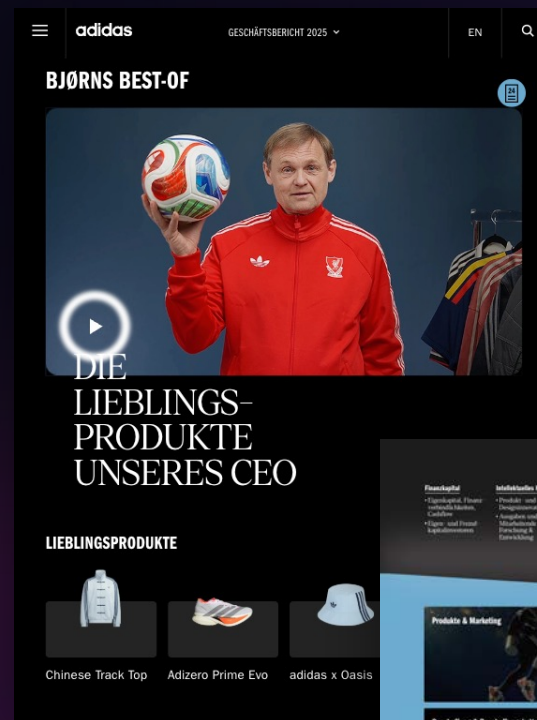
Im Detail: adidas

Dashboard, Brand-Highlights & Querverweise

Der Online-Geschäftsbericht von adidas bündelt die zentralen Inhalte in einem Dashboard, das die wichtigsten Entwicklungen des Berichtsjahres 2025 zugänglich macht. Direkt erreichbar sind außerdem Themenfilter, Downloads und Kennzahlenvergleich.

Mit „Bjørns Best-of“ ergänzt adidas das klassische CEO-Vorwort durch eine **persönlichere Produktauswahl in Videoform**. Gleichzeitig prägen Fußball mit WM-Bezug und Trikot-Inszenierungen die visuelle Bühne des Berichts.

Besonders auffällig ist die interaktive Darstellung des Geschäftsmodells, bei der **Input- und Output-Faktoren** direkt in den Bericht verlinken. Verwandte Themen und Services sorgen zusätzlich für eine **gut vernetzte Nutzerführung**.



Im Detail: DHL Group

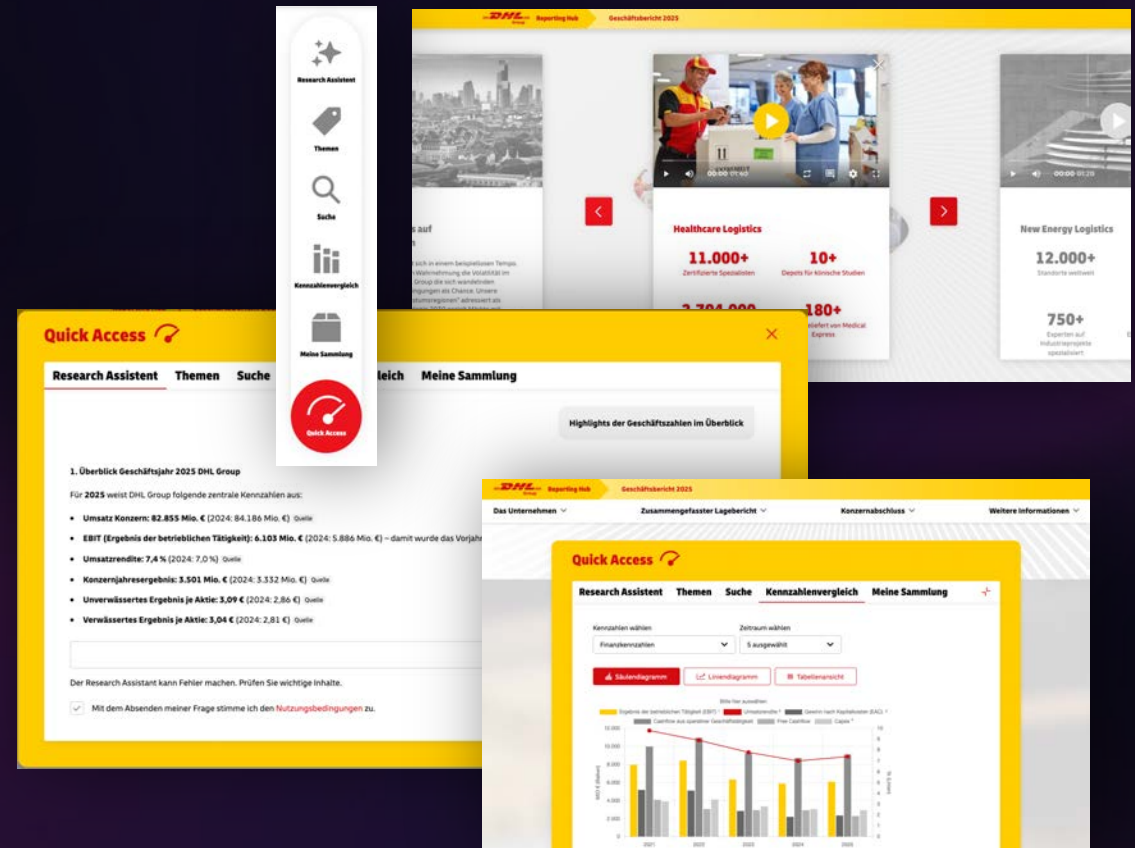
KI-Research Assistent, Filterfunktionen, Bewegtbild

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

Im Vergleich zum Vorjahr wurde das Angebot um einen eigens entwickelten **KI-gestützten Research Assistant** erweitert. Dieser durchsucht die Inhalte des Berichts intelligent und führt Nutzerinnen und Nutzer schneller zu relevanten Informationen.

Darüber hinaus lässt sich der Bericht durchsuchen, nach Themen filtern und mithilfe einer Bookmark-Funktion individuell zusammenstellen. Auch ein interaktiver Kennzahlenvergleich ist Teil des Features.

Neben animierten und interaktiven Grafiken finden sich zudem vermehrt Stories und Videos aus unterschiedlichen Unternehmensbereichen.



Im Detail: Deutsche Telekom

Kachelstruktur, Bewegtbild & Content-Hub

Der Online-Geschäftsbericht der Deutschen Telekom bietet auf der Startseite einen kachelartigen Einstieg, der einen schnellen Zugang zu Kennzahlen, strategischen Themen und Berichtsinhalten ermöglicht.

Besonders auffällig ist der „Brief des Vorstandsvorsitzenden“: Statt eines klassischen Vorworts setzt die Telekom auf ein modern inszeniertes Videoformat, das die Botschaften des Managements zeitgemäß vermittelt.

Darüber hinaus werden Inhalte des Berichts gezielt mit Pressemitteilungen, Landingpages und weiteren Angeboten der Corporate Website verknüpft. **Automatische Vorjahresvergleiche in Tabellen** und Grafiken unterstützen zusätzlich die Einordnung der Geschäftsentwicklung. Der Bericht zeigt damit beispielhaft, welche Potenziale Full-HTML-Berichte bieten: Inhalte lassen sich flexibel vernetzen, erweitern und deutlich nutzerfreundlicher aufbereiten als in einer klassischen PDF-Struktur.

Brief des Vorstandsvorsitzenden

„Bei der Telekom werden wir auch in Zukunft alles daransetzen, das Vertrauen, das Sie in uns setzen, zu rechtfertigen. Mit klarer Strategie, mit Mut zu Investitionen und mit dem Anspruch, jeden Tag ein Stück besser zu werden.“

[Brief lesen](#)

So lief das Finanzjahr 2025

Highlights

Service-Umsatz

+2,9 %

auf 99,4 Mrd. €

Bereinigtes EBITDA AL

+2,8 %

auf 44,2 Mrd. €

Klimaneutralität (Scope 1 + 2)

-94 %

gegenüber 2017

Bereinigtes EBITDA AL:

17,4 Mrd. €

Cashflow AL: rd. 19,8 Mrd. €

Bereinigtes EPS: rd. 2,20 €

Dividendenvorschlag

1,00 €

pro berechtigter
Aktie

	in %	2025	2024	2023	2022	2021
Konzernüberschuss/(-fehlbetrag) (bereinigt um Sondereinflüsse)		3,7	9,7	9,4	7,9	9,1
Rentabilität						
ROCE	%		7,5	8,5	9,0	4,5
Bilanz						
Bilanzsumme	(5,0)	289,8	304,9	290,3	298,6	281,6
Eigenkapital	(6,5)	92,2	98,6	91,2	87,3	81,5
Eigenkapitalquote	%		31,8	32,3	31,4	29,2
Nettofinanzverbindlichkeiten ⁹						
Relative Verschuldung ⁹						
Cashflow						
Cashflow aus Geschäftstätigkeit						
Cash Capex						
Cash Capex (vor Investitionen in Spektrum) ¹⁰						
Free Cashflow (vor Ausschüttung und Investitionen in Spektrum) ^{11,12}						
Free Cashflow AL (vor Ausschüttung und Investitionen in Spektrum) ^{11,12}						
Cashflow aus Investitionstätigkeit						
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit						
Kennzahlen zur T-Aktie						
Ergebnis je Aktie	€					
Bereinigtes Eigenkapital je Aktie	€	5,3	7,00	6,90	6,60	6,83

Eigenkapitalquote (%)

Hoch oder quer? Oder beides?

Die PDF-Formate im DAX 40

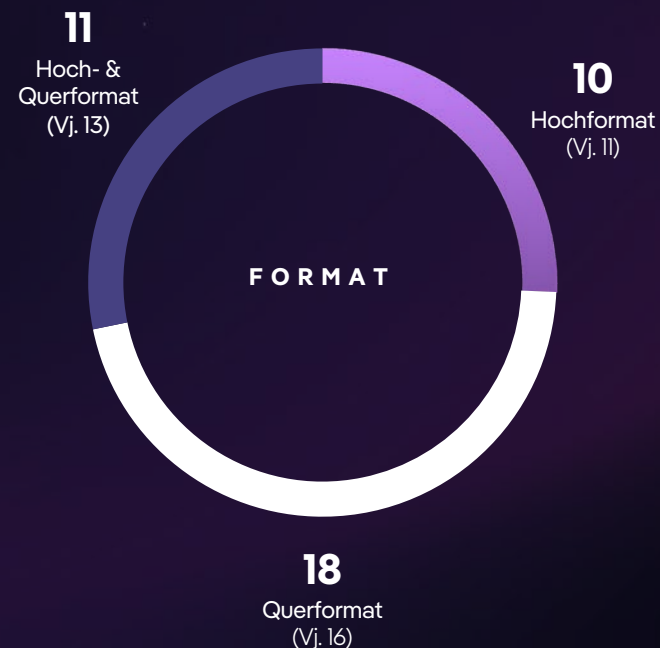
Beim PDF-Format zeigt sich im DAX eine weitgehend konstante Verteilung der Formate mit einer leichten Verschiebung zugunsten des Querformats.

46 % (18) Unternehmen veröffentlichen ihren Geschäftsbericht vollständig im Querformat, **26 %** (10) Unternehmen setzen auf das Hochformat. **28 %** (11) Unternehmen kombinieren beide Formate innerhalb eines Berichts.

Es zeigt sich, dass die Kombination aus Hoch- und Querformat weiterhin eine relevante Rolle spielt – insbesondere dort, wo umfangreiche Tabellen und Übersichten, etwa im Kontext der Nachhaltigkeitsberichterstattung, lesefreundlich dargestellt werden sollen.

EMPFEHLUNG

Die Formatwahl sollte sich nicht an gestalterischen Konventionen, sondern an der optimalen Darstellung der Inhalte orientieren. Insbesondere umfangreiche Tabellen und regulatorische Übersichten können den Einsatz des Querformats rechtfertigen. Gleichzeitig sollten unnötige Formatwechsel vermieden werden, um die Orientierung innerhalb des Berichts zu erleichtern.



Hoch oder quer? Oder beides?

Die PDF-Formate im MDAX

Im MDAX zeigt sich bei der Wahl des PDF-Formats keine klare Präferenz für ein bestimmtes Format. Hochformat, Querformat sowie die Kombination aus beiden Formaten sind nahezu gleich stark vertreten und werden **jeweils von rund einem Drittel** der Unternehmen eingesetzt.

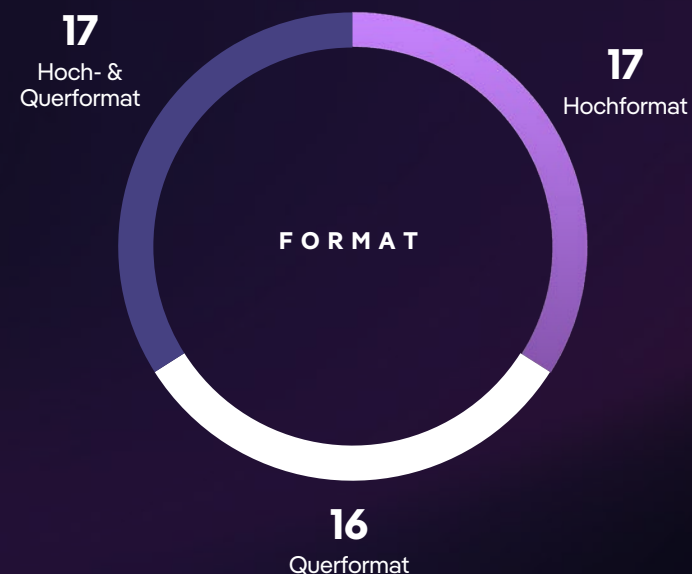
Die Ergebnisse zeigen, dass sich bislang kein dominanter Ansatz etabliert hat. Stattdessen setzen die Unternehmen auf unterschiedliche Lösungen, die den jeweiligen Anforderungen ihrer Berichterstattung gerecht werden sollen.

EMPFEHLUNG

Die Formatwahl sollte sich nicht an gestalterischen Konventionen, sondern an der optimalen Darstellung der Inhalte orientieren. Insbesondere umfangreiche Tabellen und regulatorische Übersichten können den Einsatz des Querformats rechtfertigen. Gleichzeitig sollten unnötige Formatwechsel vermieden werden, um die Orientierung innerhalb des Berichts zu erleichtern.

Besonders bemerkenswert ist dabei der hohe Anteil hybrider Berichte.

17 Unternehmen kombinieren Hoch- und Querformat innerhalb eines Dokuments und nutzen die jeweiligen Stärken beider Darstellungsformen für unterschiedliche Inhaltstypen.



Im Detail: Siemens Energy

Hoch- und Querformat kombiniert

Während der Großteil des PDFs der Siemens Energy AG im Hochformat umgesetzt ist, werden besonders **umfangreiche Inhalte** wie die EU-Taxonomie, die Entwicklung des Eigenkapitals und der Konzernabschluss **im lesefreundlicheren Querformat** dargestellt.

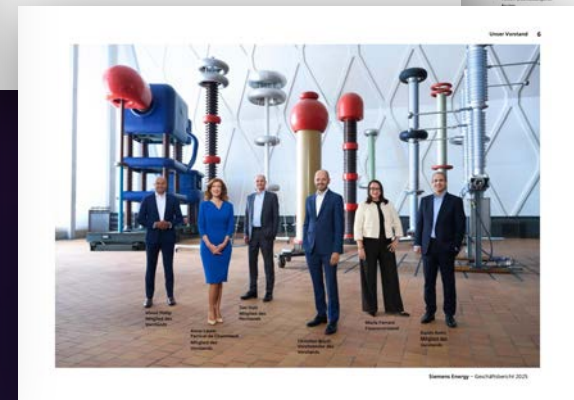
Auch ausgewählte Image- und Governance-Inhalte, etwa die Aufgaben und Verantwortlichkeiten der Gremien sowie das Gruppenbild des Vorstands, nutzen das zusätzliche Platzangebot.



3.4 Erläuterungen zur Bilanz

anw. Anlagevermögen

31. Dez. 2024	31. Dez. 2023		31. Dez. 2022		31. Dez. 2021		31. Dez. 2020	
	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €
anw. Anlagevermögen	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235
Immaterielle Vermögensgegenstände	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235
Finanzinvestitionen	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235
Immaterielle Vermögensgegenstände	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235
Finanzinvestitionen	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235	1.235



57 Zusammenfassende Legende

Das Thema Nachhaltigkeit steht regelmäßig auf der Tagesordnung von Vorstand, Aufsichtsrat und Sustainability Council. Der Vice President Sustainability und die Funktionsverantwortlichen (z. B. für Compliance, Procurement, ESG (Environment, Quality, and Health and Safety) und weitere) berichten dem Vorstand über die Nachhaltigkeitsstrategie und -berichterstattung sowie die Erkenntnisse aus dem Sustainability Dialog. Diese Erkenntnisse fließen auch in unser Strategic Risk Management (SRM), das Risk and Control Framework (RCF), die interne Kontrollsysteme und die ESG-Risikoprüfung ein.

In der Berichterstattung gibt es keine wesentlichen Änderungen unserer Strategie oder unseres Geschäftsmodells. Das Stakeholder Feedback hat unser Verständnis des Geschäfts verbessert.

2.10.1.3.3 Auswirkungen, Risiken und Chancen

Als identifiziert und bewertet nachhaltige Risikoprüfung (SRM) systematisch im Rahmen eines Risikoprüfungsprozesses (SRM Framework) (SRM Framework) die wesentlichen Risiken in der strategischen Planung, die operative Entscheidungsfindung und unsere Sustainability Governance (SRM Framework) identifiziert und bewertet.

Die wesentlichen Risiken sind in der strategischen Planung, die operative Entscheidungsfindung und unsere Sustainability Governance (SRM Framework) identifiziert und bewertet.

Die wesentlichen Risiken sind in der strategischen Planung, die operative Entscheidungsfindung und unsere Sustainability Governance (SRM Framework) identifiziert und bewertet.

Die wesentlichen Risiken sind in der strategischen Planung, die operative Entscheidungsfindung und unsere Sustainability Governance (SRM Framework) identifiziert und bewertet.

Verortung der Online-Berichte

MDAX setzt häufiger auf eigenständige Reporting-Microsites

Sowohl im DAX als auch im MDAX werden Onlineberichte überwiegend als eigenständige Microsites umgesetzt. Im **DAX** setzen **58 %** der Unternehmen auf eine **separate Reporting-Plattform**, im **MDAX** liegt der Anteil sogar bei **71 %**.

Die Integration von Berichtsinhalten in die bestehende Corporate Website spielt dagegen in beiden Indizes eine untergeordnete Rolle. Nur 11 DAX-Unternehmen und 5 MDAX-Unternehmen haben ihre Berichterstattung in die Unternehmenswebsite eingebunden.

Die Ergebnisse zeigen, dass viele Unternehmen ihre Geschäftsberichterstattung als **eigenständiges Kommunikationstool** verstehen und hierfür separate digitale Plattformen nutzen. Insbesondere im MDAX wird dieser Ansatz deutlich häufiger verfolgt als eine Integration in die Corporate Website.



EMPFEHLUNG

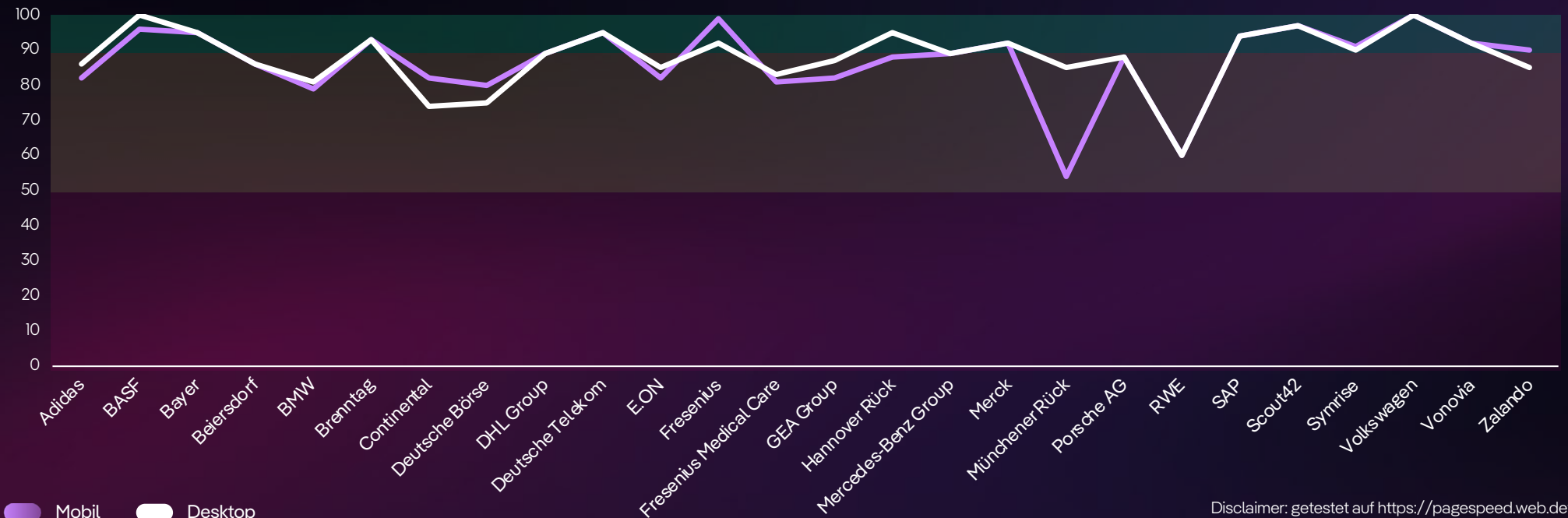
Die Verortung sollte sich an den Kommunikationszielen orientieren. Während Microsites maximale gestalterische Freiheit bieten, erleichtert die Integration in die Corporate Website die Auffindbarkeit, Pflege und Vernetzung von Inhalten.

Barrierefreiheit der Online-Berichte

mobil & desktop im DAX 40

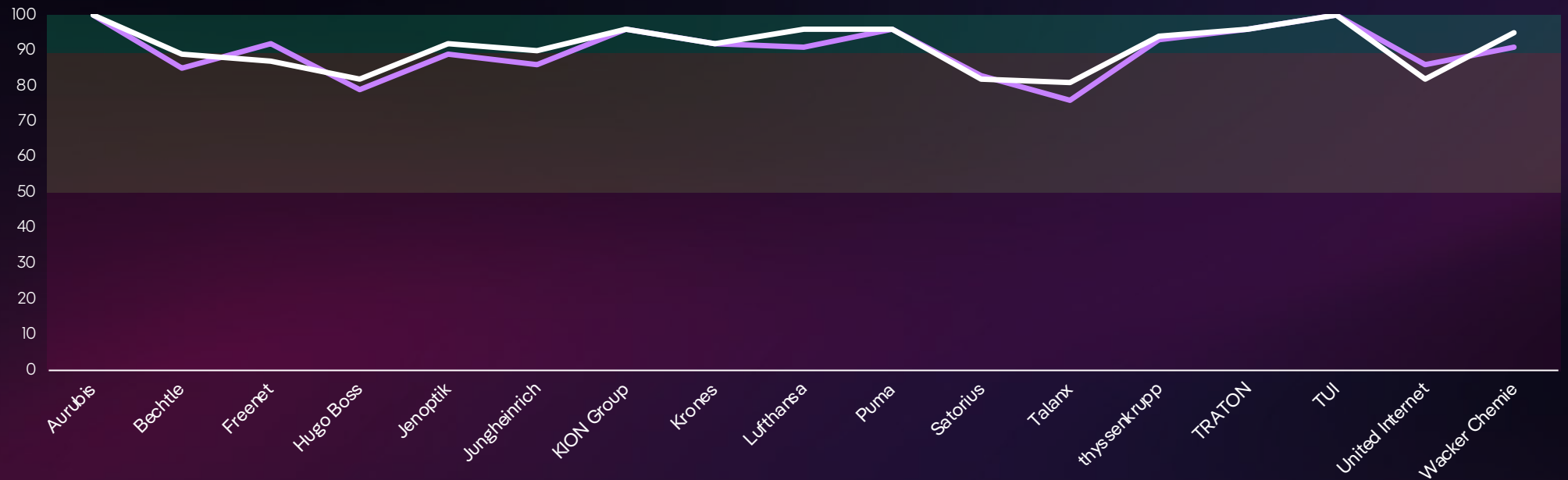
Messwerte aus **Google PageSpeed**, ein Onlinedienst, welcher die technischen Voraussetzungen für eine barrierefreie Nutzung von Websites bewertet werden.

Berücksichtigt werden unter anderem die Kompatibilität mit Screenreadern, ausreichende Farbkontraste, die Strukturierung von Inhalten, die Tastaturbedienbarkeit sowie die Bereitstellung von Alternativtexten für Medieninhalte.



Barrierefreiheit der Onlineberichte

mobil & desktop im MDAX



Mobil Desktop

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

Digitale Barrierefreiheit gelingt in beiden Indizes

Sowohl im DAX als auch im MDAX erreichen die untersuchten Online-Berichte **überwiegend hohe Werte** bei der digitalen Barrierefreiheit. Die Ergebnisse zeigen, dass grundlegende Anforderungen wie ausreichende Kontraste, die Unterstützung von Screenreadern oder die Bereitstellung von Alternativtexten heute bei vielen Unternehmen berücksichtigt werden.

Auffällig ist jedoch die unterschiedliche Verteilung der Ergebnisse. Während die Werte im DAX stärker schwanken und einzelne Berichte deutliche Schwächen aufweisen, bewegen sich die Ergebnisse im MDAX auf einem insgesamt homogenen Niveau.

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass digitale Barrierefreiheit in der Unternehmenskommunikation **zunehmend zum Standard** wird. Dies dürfte auch vor dem Hintergrund der seit Juni 2025 geltenden gesetzlichen Anforderungen für zahlreiche digitale Dienstleistungen an Relevanz gewonnen haben.

02

Künstliche Intelligenz

Strukturierte Daten,
GEO & Features

Wie KI-Systeme Berichte verstehen

Strukturierte Daten als Basis für maschinenlesbare Inhalte

Strukturierte Daten helfen Suchmaschinen, KI-Systemen und generativen Suchdiensten dabei, **Inhalte maschinell zu verstehen und korrekt einzuordnen**. Sie liefern zusätzliche Informationen über Inhalte, Zusammenhänge und Metadaten einer Website und bilden damit eine wichtige Grundlage für Sichtbarkeit, Auffindbarkeit und Weiterverarbeitung in digitalen Systemen.

Für die Analyse wurde der **Schema.org Validator** verwendet. Das Tool prüft, ob strukturierte Daten auf einer Website vorhanden sind und ob diese technisch korrekt implementiert wurden.

The image shows two overlapping screenshots. The top one is a browser's developer tools view of the source code for `https://report.adidas-group.com/2025/de/`. The bottom one is the Schema.org Validator interface showing the JSON-LD output for a `WebPage` type.

```

1 <!doctype html--html lang="de-DE" class="no-js"--><head>
2 <meta charset="utf-8">
3 <meta http-equiv="Content-Security-Policy" content="default-src 'self'; connect-src 'self' stats.hexxar.com cdn.pl
4 <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1, user-scalable=yes, maximum-scale=10">
5 <meta name="description" content="Entdecken Sie den aktuellen Geschäftsbericht von adidas – Daten und Fakten, High
6 <meta name="keywords" content="adidas, Geschäftsbericht 2025, Daten und Fakten, Kennzahlen, Ergebnisse, Aktie, You
7 <meta property="og:title" content="adidas Geschäftsbericht 2025 – adidas Geschäftsbericht 2025">
8 <meta property="og:description" content="Entdecken Sie den aktuellen Geschäftsbericht von adidas – Daten und Fak
9 <meta property="og:site_name" content="adidas Geschäftsbericht 2025">
10 <meta property="og:locale" content="de-DE">
11 <meta property="og:image" content="https://report.adidas-group.com/2025/de/_assets/gallery/og-social.png">
12 <meta property="og:image:width" content="1200">
13 <meta property="og:image:height" content="630">
14 <meta property="og:image:alt" content="630">
15 <meta name="twitter:site" content="adidas Geschäftsbericht 2025">
16 <meta name="twitter:card" content="summary_large_image">
17 <meta name="robots" content="index, follow, noimageclick">
18 <meta name="mobile-web-app-capable" content="yes">
19 <meta name="apple-mobile-web-app-status-bar-style" content="black">
20 <meta name="format-detection" content="telephone=no, date=no, address=no, email=no, url=no">
21 <meta name="apple-mobile-web-app-title" content="adidas Geschäftsbericht 2025">
22 <link rel="alternate" hreflang="en" href="https://report.adidas-group.com/2025/en/">
23 <link rel="sitemap" type="text/xml" title="Sitemap" href="https://report.adidas-group.com/2025/de/sitemap.xml">
24 <link rel="canonical" href="https://report.adidas-group.com/2025/de/">
25 <!-- flatnav meta tags --> <meta name="hexxar:next" content="auf-einen-blick">
26 <script type="application/ld+json">
27 {
28   "@context": "https://schema.org",
29   "@graph": [
30     {
31       "@type": "WebSite",
32       "@id": "https://report.adidas-group.com/2025/de/#website",
33       "url": "https://report.adidas-group.com/2025/de/",
34       "name": "adidas Geschäftsbericht 2025",
35       "publisher": {
36         "@id": "https://report.adidas-group.com/2025/de/#publisher"
37       },
38       "inLanguage": "de"
39     },
40     {
41       "@type": "Organization",

```

The Schema.org Validator output for the `WebPage` type is as follows:

Property	Value
<code>@type</code>	WebPage
<code>@id</code>	https://report.adidas-group.com/2025/de/#webpage
<code>url</code>	https://report.adidas-group.com/2025/de/
<code>name</code>	adidas Geschäftsbericht 2025 - Home
<code>inLanguage</code>	de
<code>ispartof</code>	
<code>@type</code>	WebSite
<code>@id</code>	https://report.adidas-group.com/2025/de/#website
<code>url</code>	https://report.adidas-group.com/2025/de/
<code>name</code>	adidas Geschäftsbericht 2025
<code>inLanguage</code>	de
<code>publisher</code>	
<code>@type</code>	Organization
<code>@id</code>	https://report.adidas-group.com/2025/de/#publisher
<code>name</code>	adidas group
<code>alternateName</code>	adidas AG
<code>url</code>	https://www.adidas-group.com/de/
<code>email</code>	investor.relations@adidas.com
<code>sameAs</code>	https://www.adidas-group.com/de/
<code>sameAs</code>	https://www.linkedin.com/company/adidas
<code>sameAs</code>	https://www.instagram.com/adidas/
<code>sameAs</code>	https://www.adidas-group.com/de/investoren
<code>address</code>	

adidas
Der Schema.org Validator macht vorhandene strukturierte Daten sichtbar und ermöglicht die technische Prüfung ihrer Implementierung.

Strukturierte Daten noch kein Standard

DAX 40 und MDAX im Vergleich

Die Ergebnisse zeigen, dass strukturierte Daten in der digitalen Berichterstattung bislang noch kein Standard sind. Im **DAX** verfügen **50 %** der untersuchten Online-Geschäftsberichte über strukturierte Daten. Bei weiteren drei Berichten wurden zwar entsprechende Auszeichnungen erkannt, die technische Validierung führte jedoch zu Fehlermeldungen.

Im **MDAX** fällt die Verbreitung noch geringer aus. Lediglich **35 %** der Online-Berichte nutzen strukturierte Daten, während 65 % vollständig darauf verzichten.

Vor dem Hintergrund zunehmender KI-Nutzung, generativer Suchsysteme und GEO zeigen die Ergebnisse **erhebliches Entwicklungspotenzial**. Viele Unternehmen stellen ihre Inhalte zwar digital bereit, verzichten jedoch auf technische Auszeichnungen, die deren maschinelle Verarbeitbarkeit und Auffindbarkeit verbessern könnten.

EMPFEHLUNG

Strukturierte Daten gehören zu den technischen Grundlagen KI-fähiger Berichterstattung. Unternehmen sollten relevante Inhalte gezielt auszeichnen, um deren Auffindbarkeit und maschinelle Verarbeitbarkeit zu verbessern.



Sichtbarkeit in der generativen Suche

AI Citations als Indikator für die KI-Sichtbarkeit von Geschäftsberichten

Mit der zunehmenden Nutzung von KI-Assistenten und generativen Suchsystemen verändert sich die Art, wie Informationen gefunden und genutzt werden. Inhalte werden nicht mehr ausschließlich über klassische Suchmaschinen aufgerufen, sondern zunehmend direkt von KI-Systemen verarbeitet und in Antworten eingebunden.

Für Unternehmen gewinnt deshalb die Frage an Bedeutung, ob ihre Inhalte von KI-Systemen als vertrauenswürdige Quelle herangezogen werden. Die Anzahl sogenannter AI Citations gibt einen Hinweis darauf, wie **sichtbar und relevant Inhalte in generativen Suchumgebungen** sind.

Untersucht wurde die **Anzahl der AI Citations** der Online-Geschäftsberichte. Als AI Citation wird die Verwendung eines Berichts als Quelle innerhalb von KI-generierten Antworten verstanden. Die Kennzahl dient als Indikator dafür, wie häufig Inhalte eines Berichts von KI-Systemen aufgegriffen und referenziert werden.

KI-Sichtbarkeit entsteht nicht allein durch die Veröffentlichung eines Online-Berichts. Strukturierte Daten, klar aufbereitete Inhalte und eine hohe thematische Relevanz erhöhen die Wahrscheinlichkeit, von KI-Systemen als Quelle herangezogen zu werden.

AI Citations bleiben die Ausnahme

DAX 40 und MDAX im Vergleich

Die Analyse der AI Citations zeigt, dass Geschäftsberichte bislang nur vereinzelt als Quelle in KI-generierten Antworten herangezogen werden. Sowohl im DAX als auch im MDAX konzentrieren sich die Zitationen auf wenige Unternehmen, während **viele Online-Berichte keine AI Citations** aufweisen.

Im DAX erzielen insbesondere Volkswagen und Porsche Automobil Holding außergewöhnlich hohe Werte. Im MDAX führt Lufthansa das Ranking deutlich an. Hinter dem Spitzenreiter fallen die Werte jedoch stark ab – ein Hinweis darauf, dass sich KI-Sichtbarkeit derzeit **auf wenige Unternehmen konzentriert**.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass Sichtbarkeit in generativen Suchsystemen bislang kein Selbstläufer ist. Selbst Unternehmen mit umfangreichen digitalen Berichtsangeboten werden von KI-Systemen nicht automatisch als Quelle genutzt. Für viele Unternehmen besteht daher Potenzial, die Auffindbarkeit und Verwertbarkeit ihrer Inhalte weiter zu verbessern.

DAX 40

RANG	UNTERNEHMEN	AI CITATIONS
1	Volkswagen	114
2	Porsche AG	105
3	Deutsche Telekom	47
4	BASF	44
5	Adidas & Mercedes-Benz	23

MDAX

RANG	UNTERNEHMEN	AI CITATIONS
1	Lufthansa	80
2	Hugo Boss	20
3	Bechtle	9
4	KION	1

KI-Features nur selten vertreten

Nur wenige Unternehmen integrieren KI direkt in ihre Berichterstattung

Obwohl künstliche Intelligenz derzeit zu den prägenden Technologiethemen zählt, findet sie in der digitalen Berichterstattung bislang nur **vereinzelt Anwendung**. Die meisten Unternehmen stellen ihre Inhalte weiterhin in klassischen Formaten bereit und verzichten auf KI-gestützte Funktionen für Nutzerinnen und Nutzer.

Die wenigen identifizierten KI-Features konzentrieren sich derzeit vor allem auf die Bereiche Barrierefreiheit und Informationszugang.



BMW AG & Freenet AG

BMW und Freenet setzen KI-basierte Vorlesefunktionen ein, die ausgewählte Inhalte als Audioausgabe verfügbar machen. Die Funktionen verbessern die Zugänglichkeit und ermöglichen alternative Formen der Informationsaufnahme.

DHL Group

Mit dem Research Assistant integriert die DHL Group eine KI-Anwendung, die Nutzerinnen und Nutzer bei der Recherche innerhalb des Reporting Hubs unterstützt und den Zugang zu relevanten Berichtsinhalten erleichtert.

The screenshot displays the DHL Group Reporting Hub interface. At the top, there are navigation tabs: "Das Unternehmen", "Zusammenfassender Lagebericht", "Konzernabschluss", and "Weitere Informationen". Below this, a "Research Assistant" section is highlighted with a yellow border. It features a search bar with the text "Stellen Sie eine Frage" and a search icon. Below the search bar, there are several search results listed, including "Highlights der Geschäftszahlen im Überblick", "Prognose 2026", and "Geschäftsmodelle der Divisionen von DHL Group". To the right of the search results, there is a "Meine Sammlung" section with a search bar and a search icon. Below this, there is a list of financial data for the DHL Group 2025 (Konzern) for the period from January 1st to December 31st, 2025. The data includes:

- Umsatzerlöse: 82.855 Mio. € Quelle
- Sonstige betriebliche Erträge: 2.792 Mio. € Quelle
- Bestandsveränderungen und aktivierte Eigenleistungen: 169 Mio. € Quelle
- Materialaufwand: -40.910 Mio. € Quelle
- Personalaufwand: -28.261 Mio. € Quelle
- Abschreibungen: -4.867 Mio. € Quelle
- Sonstige betriebliche Aufwendungen: -5.737 Mio. € Quelle
- Ergebnis aus nach der Equity-Methode bilanzierten Unternehmen: 61 Mio. € Quelle

KI-Chatbots im Finanzdialog

Neue Zugänge zu Kennzahlen und Berichten

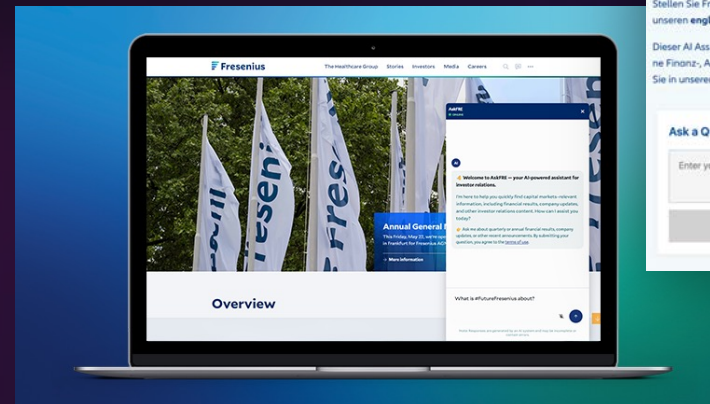
Während KI-Funktionen in der eigentlichen Berichterstattung bislang selten bleiben, entstehen im Umfeld von Investor Relations zunehmend neue Anwendungsfälle.

KI-gestützte Assistenten ermöglichen es Investorinnen und Investoren, Finanzkennzahlen, Geschäftsentwicklungen oder Berichtsinhalte in natürlicher Sprache abzufragen und relevante Informationen schneller zu finden.

Die Beispiele von Allianz und Fresenius zeigen, dass sich KI derzeit vor allem als zusätzliche Navigations- und Rechercheebene etabliert. Statt klassische Berichtsformate zu ersetzen, **erleichtern** die Systeme den **Zugang zu Finanzpublikationen** und unterstützen eine nutzerfreundlichere Kapitalmarktkommunikation.

Fresenius SE

Mit „AskFRE“ bietet Fresenius einen KI-gestützten Assistenten für Investor Relations. Der Chatbot beantwortet Fragen in natürlicher Sprache zu Finanzkennzahlen, Unternehmensentwicklungen und weiteren kapitalmarktrelevanten Themen auf Basis öffentlich verfügbarer Informationen.



Allianz SE

Der KI-Assistent der Allianz beantwortet Fragen zu Inhalten zentraler Finanzpublikationen und unterstützt bei der Recherche innerhalb von Berichten, Finanzkennzahlen und weiteren IR-Dokumenten.



03

Content

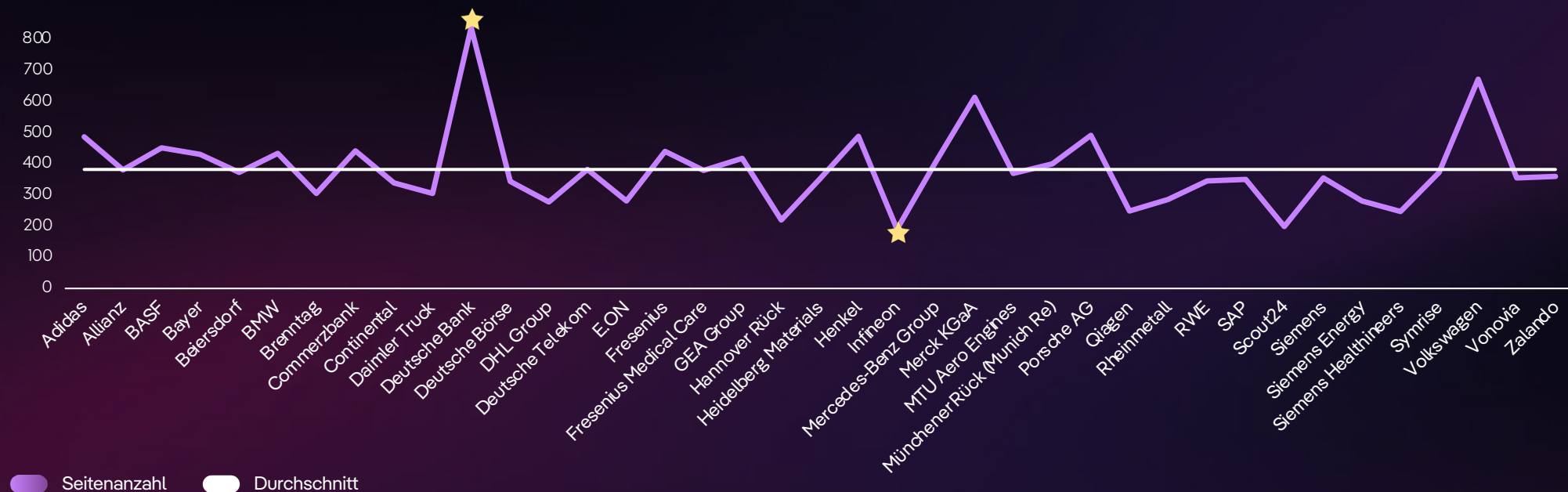
Image, Motto &
Service-Optionen

Umfang der PDF-Berichte

DAX 40

Der Umfang der Geschäftsberichte bleibt im DAX auf hohem Niveau stabil. Nachdem die durchschnittliche Seitenzahl im Vorjahr im Zuge der CSRD-Einführung deutlich von 314 auf 381 Seiten angestiegen war, liegt sie in diesem Jahr mit **382 Seiten** nahezu unverändert auf demselben Niveau.

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass die erweiterten Berichtspflichten inzwischen fest in die Berichterstattung integriert sind. Die Spannweite bleibt dabei erheblich und reicht von **190 Seiten** (Infineon) bis **838 Seiten** (Deutsche Bank).

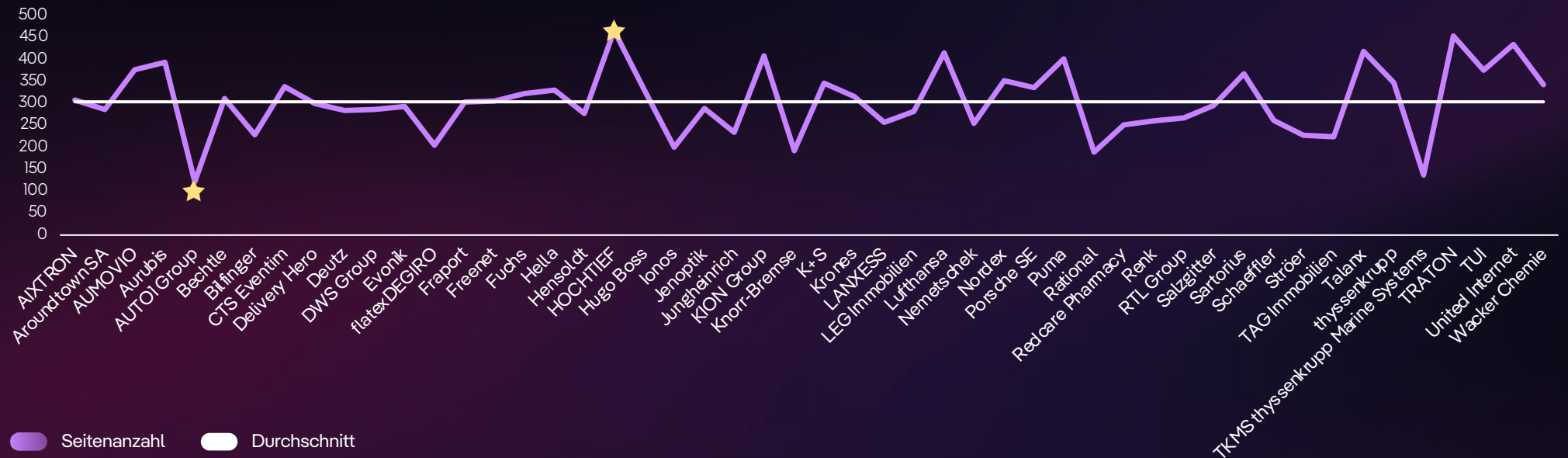


Umfang der PDF-Berichte

MDAX

Mit **durchschnittlich 303 Seiten** fallen die Geschäftsberichte im MDAX deutlich kompakter aus als im DAX (382 Seiten). Die Ergebnisse zeigen jedoch auch innerhalb des Index eine große Bandbreite: Während die AUTO1 Group mit **121 Seiten** den kürzesten Bericht veröffentlicht, umfasst der Geschäftsbericht von HOCHTIEF **465 Seiten**.

Die Mehrzahl der Unternehmen bewegt sich im Bereich zwischen 250 und 350 Seiten und liegt damit deutlich unter dem Umfangsniveau der DAX-Konzerne.



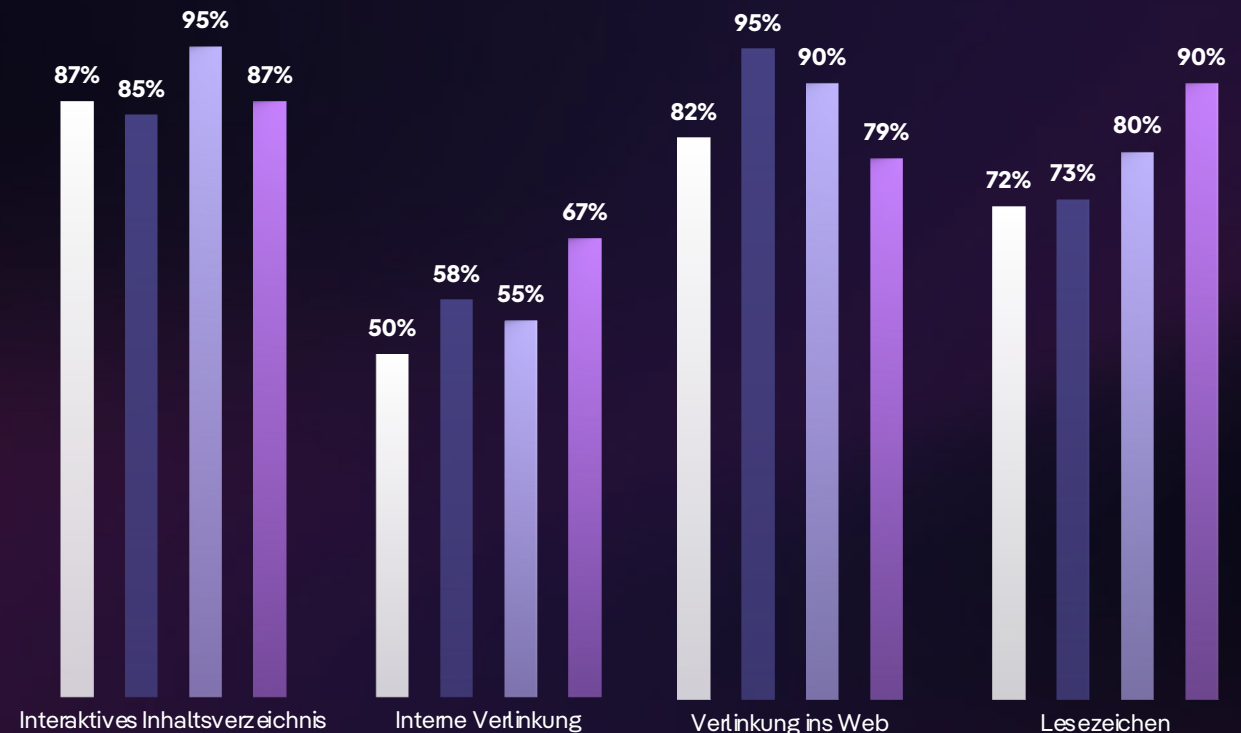
Interaktivität bleibt auf hohem Niveau

DAX 40 im 4-Jahres-Vergleich

Die Verbreitung interaktiver Funktionen in den PDF-Berichten bleibt im DAX 40 insgesamt hoch. **Alle** 39 veröffentlichten Berichts-PDFs verfügen über mindestens eine interaktive Funktion.

Lesezeichen werden 2025 von **90 %** (35) der Unternehmen genutzt und erreichen damit den höchsten Wert im 4-Jahres-Vergleich. Auch interne Verlinkungen innerhalb des PDFs legen gegenüber dem Vorjahr zu und sind in **67 %** (26) der Berichte enthalten.

Interaktive Inhaltsverzeichnisse bleiben mit **87 %** (34) weiterhin weit verbreitet, gehen jedoch gegenüber dem Vorjahr zurück. Auch die Verlinkung aus dem PDF ins Web sinkt auf **79 %** (31), bleibt aber ein wichtiger Bestandteil der Verbindung zwischen PDF- und Online-Berichten.



Interaktive PDFs auch im MDAX etabliert

MDAX

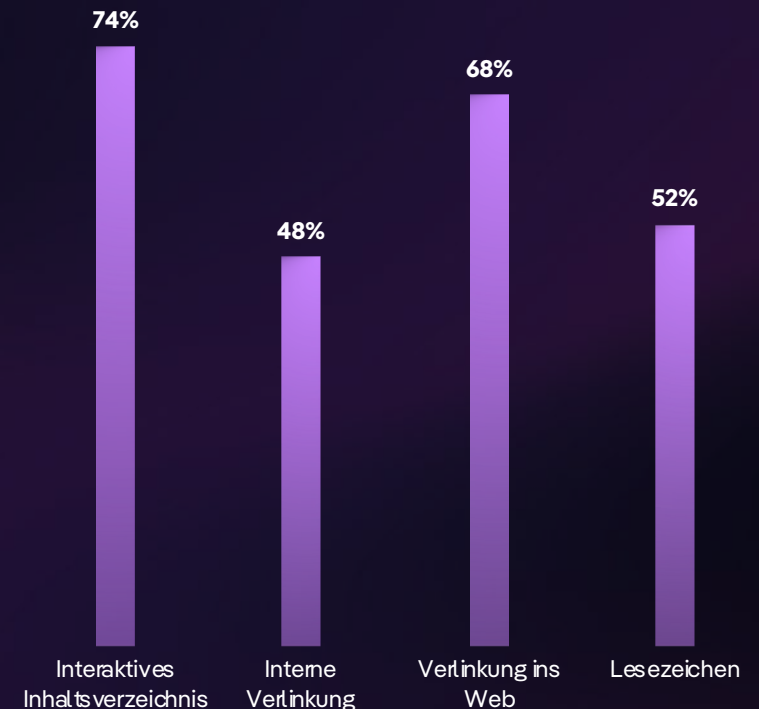
Auch im MDAX setzen viele Unternehmen auf interaktive Funktionen innerhalb ihrer PDFs.

Am weitesten verbreitet sind interaktive Inhaltsverzeichnisse (**74 %**), gefolgt von Verlinkungen ins Web (**68 %**). Beide Funktionen erleichtern die Navigation und unterstützen die Verknüpfung von PDF-Bericht und digitalen Zusatzangeboten.

Interne Verlinkungen innerhalb des Dokuments werden von knapp der Hälfte der Unternehmen eingesetzt (**48 %**). Lesezeichen kommen mit **52 %** etwas häufiger vor, sind jedoch ebenfalls nicht flächendeckend etabliert.

Insgesamt zeigen die Ergebnisse, dass Interaktivität auch im MDAX fest etabliert ist.

Besonders bei Inhaltsverzeichnissen und Web-Verlinkungen setzen viele Unternehmen auf nutzerfreundliche Navigationskonzepte, während interne Verlinkungen und Lesezeichen noch weniger konsequent genutzt werden.



Im Detail: Delivery Hero

Navigation, Verlinkungen & Interaktivität

Der Bericht zeigt, wie sich auch ein PDF **nutzerfreundlich und interaktiv** gestalten lässt. Pop-ups liefern zusätzliche Informationen direkt im Dokument, während interne und externe Verlinkungen die Inhalte gezielt miteinander vernetzen.

Eine Schnellnavigation mit Sprungmarken, umfangreiche Lesezeichen sowie übersichtlich aufbereitete Inhalte wie die Qualifikationsmatrix des Aufsichtsrats unterstützen die **Orientierung** und erleichtern den Zugang zu den Berichtsinhalten.

AUFRICHTSAT DER DELIVERY HERO QUALIFIKATIONSMATRIX 2023

Zusammensetzung des Aufsichtsrats der Delivery Hero AG	Aufsichtsratsmitglieder				Aufsichtsratsmitglieder			
	Erstmalige Mitglied	Wahrgenommen, direkt, Vorstandsausschuss	Jahresmitglied	Ex Officio Mitglied	Erstmalige Mitglied	Wahrgenommen, direkt, Vorstandsausschuss	Jahresmitglied	Ex Officio Mitglied
1. Persönliche Anforderungen und Diversität								
- Nationalität	Nordamerika	USA-amerikanisch	Deutsch	USA-amerikanisch	Schwedisch	Schwedisch	Deutsch	Griechisch
- Alter	59	64	55	52	52	43	34	52
- Geschlecht	Weiblich	Weiblich	Weiblich	Weiblich	Weiblich	Weiblich	Weiblich	Weiblich
- Erstmalige Bestellung	2024	2020	2025	2024	2020	2020	2024	2021
- Laufzeit	2026	2026	2027	2026	2026	2026	2026	2026
- Ausschusssitze/Verhalten	3	4	3	2	3	1	1	-
- Unabhängigkeit	0	0	0	0	0	0	0	-
2. Fähigkeiten und Kompetenzen								
- Erfahrung in der Führung oder Beratung von Unternehmen oder großen Unternehmen								
- Erfahrung in der strategischen Planung und der Umsetzung operativer/strategischer Strategien, insbesondere im Hinblick auf internationale Märkte								
- Erfahrung im Risikomanagement								
- Erfahrung in den Bereichen Technologie, IT, Datenanalyse und Digitalisierung								

DELIVERY HERO WELTWEIT

AMERICAS

ASIA
Bangladesch, Hongkong, Kambodscha, Laos, Malaya, Myanmar, Pakistan, Philippinen, Singapur, Südkorea, Taiwan

MENA

49.2 EUR Mrd.

NACHHALTIGKEITSERKLÄRUNG 126
Strategie und Einbettung von Nachhaltigkeitsaspekten 128
Doppelte Wesentlichkeitsanalyse (DMA) 129
Governance für Nachhaltigkeit 138
Über diesen Bericht 139
Übersicht 139
Glossar 149

Leseseichen

- Strategie und Einbettung von Nachhaltigkeitsaspekten
 - Strategie und Geschäftsmodell der Gruppe
 - Schwerpunkte und Ziele für Nachhaltigkeit
 - Einbettung in die Unternehmensstrategie
- Doppelte Wesentlichkeitsanalyse (DMA)
 - Wertschöpfungskette
 - Einbettung der Interessenträger
 - DMA-Prozess
 - Ergebnisse
- Governance für Nachhaltigkeit
 - Governance-Organigramm
 - Nachhaltigkeitsbezogene Initiativen
 - Maßnahmen zur Erfüllung der Sorgfaltspflicht
 - Interne Kontrollen
- Über diesen Bericht
 - Berichtsstandards
 - Aufnahme von Informationen mittels Verweis
 - Datenschätzungen und Unsicherheiten
 - Änderungen bei der Erstellung
- Umwelt
 - Klimawende
 - Umweltverschmutzung

Fokus auf Bereitstellung zusätzlicher Inhalte

Service- und Download-Optionen im DAX 40

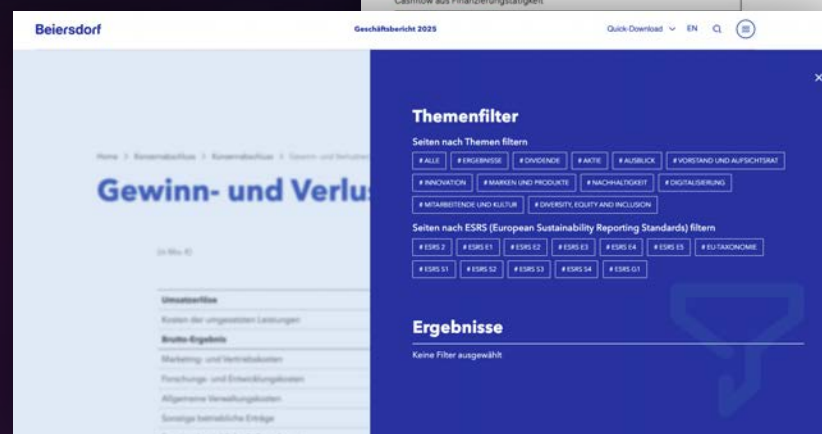
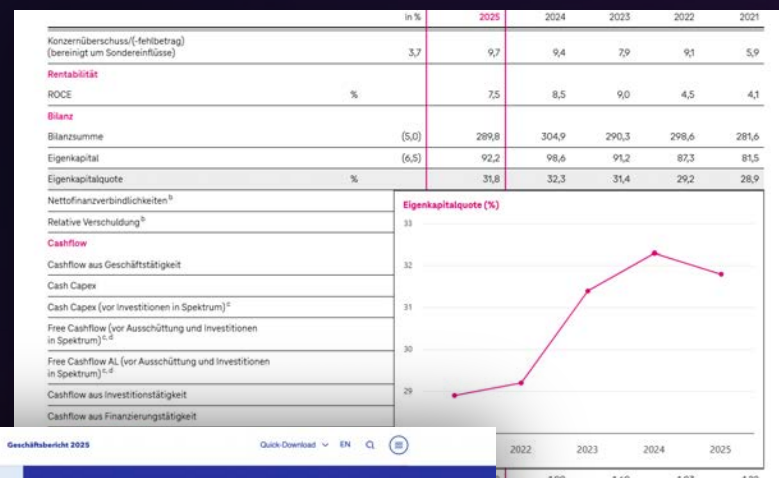
Zusätzliche Angebote rund um den Geschäftsbericht konzentrieren sich im DAX vor allem auf Download-Inhalte. **Zwei Drittel der Unternehmen** (26) stellt Excel-Tabellen mit Finanz- oder Nachhaltigkeitsdaten bereit. Darüber hinaus bieten 17 Unternehmen (**44 %**) weitere Materialien wie ESG-Factbooks, Präsentationen, Highlights oder Themenbroschüren an. Bei 15 Unternehmen (**38 %**) lassen sich einzelne Berichtskapitel separat herunterladen.

Interaktive Servicefunktionen sind dagegen deutlich seltener verbreitet. **Mehr als die Hälfte der Unternehmen** (21) bietet keine entsprechenden Zusatzangebote an. Themenfilter (9/23 %), Kennzahlenvergleiche (12/31 %) oder Vorjahresvergleiche (11/28 %) bleiben die Ausnahme.

Die Ergebnisse zeigen, dass Unternehmen den Fokus weiterhin auf die Bereitstellung zusätzlicher Inhalte legen. Funktionen, die die individuelle Recherche, Analyse und Navigation innerhalb der Berichterstattung unterstützen, sind dagegen bislang weniger verbreitet.

Deutsche Telekom

Mit der neuen Servicefunktion werden Tabelleninhalte automatisch grafisch aufbereitet und Entwicklungen über mehrere Jahre leichter erfassbar.



Beiersdorf

Der Themenfilter erleichtert das Suchen nach bestimmten Keywords.

Digitale Services bleiben die Ausnahme

Service- und Download-Optionen im MDAX

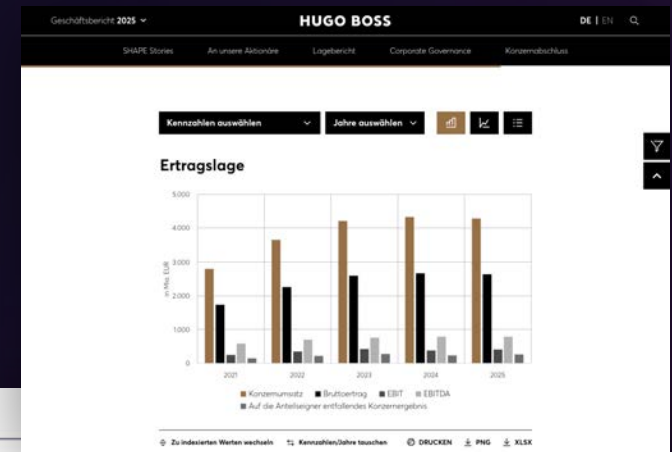
Im Vergleich zum DAX 40 sind zusätzliche Download-Optionen im MDAX insgesamt weniger verbreitet. Nur **30 %** der Unternehmen (15) stellt Excel-Tabellen mit Finanz- oder Nachhaltigkeitsdaten bereit. Etwas häufiger ist der separate Download einzelner Berichtskapitel möglich (**17/34 %**). Ergänzende Materialien wie ESG-Factbooks, Präsentationen, Highlights oder Themenbroschüren bieten lediglich **18 %** der Unternehmen (9) an.

Auch bei interaktiven Servicefunktionen zeigt sich ein deutlich zurückhaltenderes Bild. Eine klare Mehrheit von **78 %** (39 Unternehmen) bietet keine entsprechenden Zusatzangebote an. Funktionen wie Themenfilter (5/10 %), Kennzahlenvergleiche (8/16 %) oder Vorjahresvergleiche (3/6 %) bleiben die Ausnahme.

Damit zeigt sich ein ähnlicher Fokus wie im DAX 40, jedoch auf insgesamt niedrigerem Niveau: Inhalte zum Download dominieren, während interaktive Analysefunktionen kaum verbreitet sind.

Hugo Boss

Neben einem anpassbaren Kennzahlenfilter mit Vorjahresvergleich bietet das Unternehmen auch Themenfilter an, die die Suche erleichtern.



Reporting Cockpit

Finden Sie Inhalte, die für Sie relevant sind, indem Sie einen Suchbegriff eingeben oder ein Thema auswählen.

Oder wählen Sie eine Topic aus:

Lufthansa

Die Fluggesellschaft hat im Online-Geschäftsbericht ein Reporting-Cockpit mit Filterfunktionen sowie einen Kennzahlenvergleich und vergrößerbare Tabellen integriert.

Berichtsmotto DAX 40

11/39 (Vj.: 10/40)

- Power of unity. Passion for growth. (Allianz)
- Already Ahead (BMW)
- Neue Wege gehen. (Continental)
- With deep dedication (Deutsche Bank)
- Leading the transformation (Deutsche Börse)
- The Next Step (DHL Group)
- Rejuvenate (Fresenius)
- The power of care (Fresenius Medical Care)
- Sichere Energie hat viele Quellen (RWE)
- Unlocking new Potential (Scout24)
- Always inspiring more (Symrise)



Berichtsmotto MDAX

11/50

- Forging resilience. Leading in multimetal. (Aurubis)
- One Strategy. Every Market. (Bechtle)
- Alles drin (K+S)
- Erfolgsfaktor Innovationen. Solutions Beyond Tomorrow (Krones)
- Trust at every altitude (Lufthansa)
- Neue Ära der Intelligenz (Nemetschek)
- 50 Jahre Kombidämpfer. 50 Jahre Weltmarktführer für professionelle Kochsysteme. (Rational)
- Unleashing the potential of online pharmacy in Europe. (Redcare Pharmacy)
- The Motion Technology Company (Schaeffler)
- Ready to think bigger? (Stör)
- Committed (TRATON)



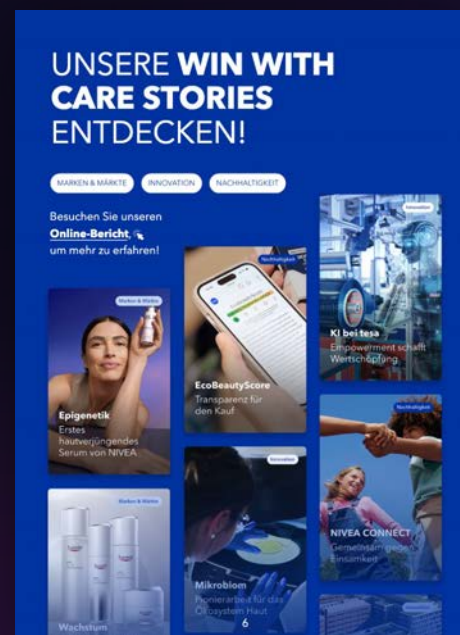
Der Imageteil auf dem Rückzug

Formate & Kanäle

Vor rund zehn Jahren gehörten sogenannte „Imageteile“ noch zum Standardrepertoire vieler Geschäftsberichte: Zwei Drittel der DAX-Unternehmen (20 von 30) ergänzten ihre Berichte um imagebildende Inhalte. Heute ist dieser Anteil deutlich rückläufig. Im **DAX 40** finden sich entsprechende Formate nur noch bei knapp **23 %** der Unternehmen (9 von 39).

Ein Blick auf den **MDAX** zeigt jedoch ein anderes Bild. Dort sind imagebildende Inhalte mit **42 %** (21 von 50 Unternehmen) weiterhin deutlich stärker verbreitet als im DAX.

HIGHLIGHTS	DAX 40	MDAX
Nur im PDF	2	12
Nur Online	6	4
PDF und Online	1	5

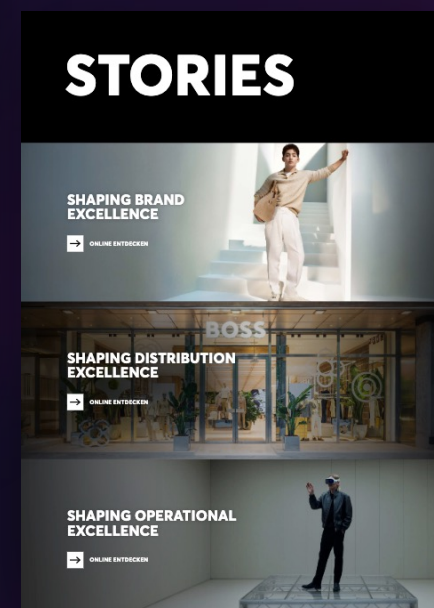


Beispiel DAX 40: Bayer

Die Aufmachung der PDF-Seite ist gestaltet wie auf der Website mit Kacheln und Buttons und verlinkt auf die Imagestories im Online-Bericht.

Beispiel MDAX: Hugo Boss

Im PDF wird auf Imagestories im Online-Bericht verlinkt. Die Aufmachung der PDF-Seite ist auch hier dem Webdesign nachempfunden.



04

Nachhaltigkeit

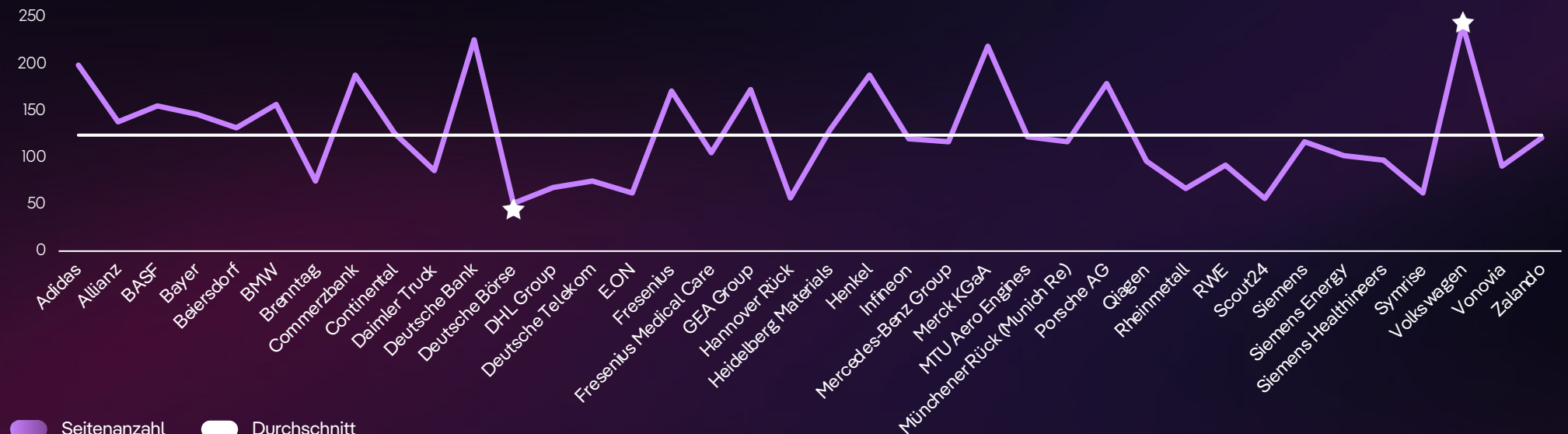
Formate & Standards

Umfang der Nachhaltigkeitsberichte

DAX 40

Der durchschnittliche Umfang der Nachhaltigkeitsberichterstattung liegt im DAX 40 bei **124 Seiten**. Die Spannweite reicht von **51 Seiten** bei der Deutschen Börse bis zu **242 Seiten** bei Volkswagen. Die Ergebnisse zeigen, dass sich trotz einheitlicher regulatorischer Anforderungen bislang kein homogener Umfang etabliert hat.

Während einige Unternehmen die Nachhaltigkeitsberichterstattung vergleichsweise kompakt halten, dokumentieren andere ihre Nachhaltigkeitsthemen deutlich ausführlicher oder haben aufgrund ihres Geschäftsmodells mehr wesentliche Themen darzustellen.

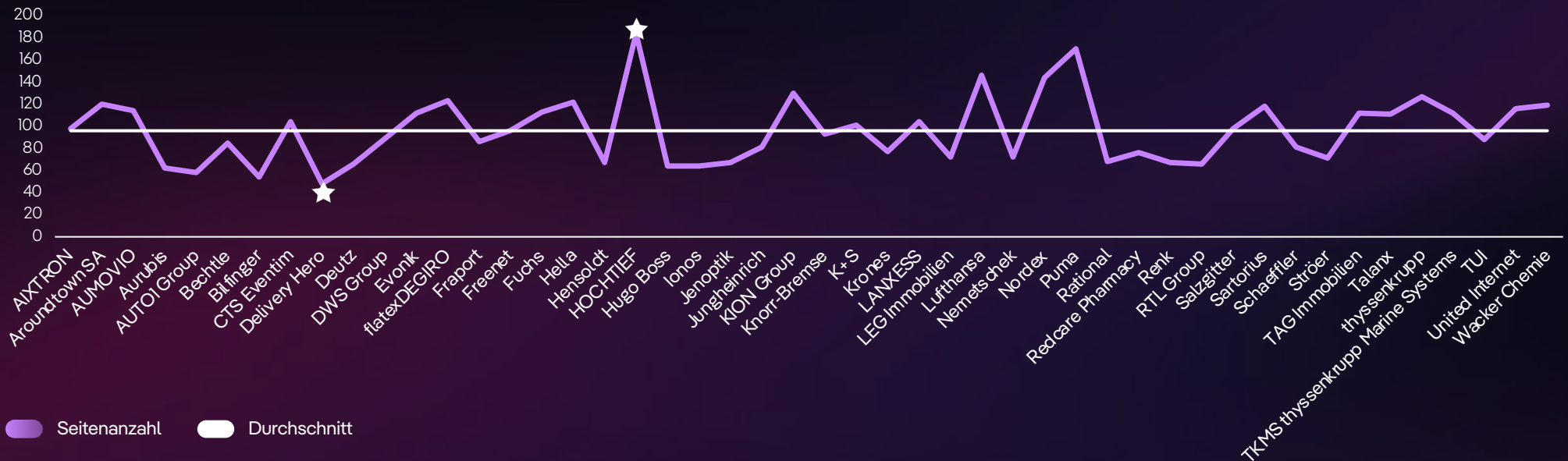


Umfang der Nachhaltigkeitsberichte

MDAX

Der durchschnittliche Umfang der Nachhaltigkeitsberichterstattung liegt im MDAX bei **96 Seiten** und damit unter dem Niveau des DAX 40. Die Spannweite reicht von **48 Seiten** bei Delivery Hero bis zu **184 Seiten** bei HOCHTIEF. Trotz einheitlicher regulatorischer Anforderungen unterscheiden sich die Umfänge der Berichte auch im MDAX deutlich.

Im Vergleich zum DAX fallen die Nachhaltigkeitsberichte im MDAX insgesamt kürzer aus.



Die doppelte Wesentlichkeit zeigt Wirkung

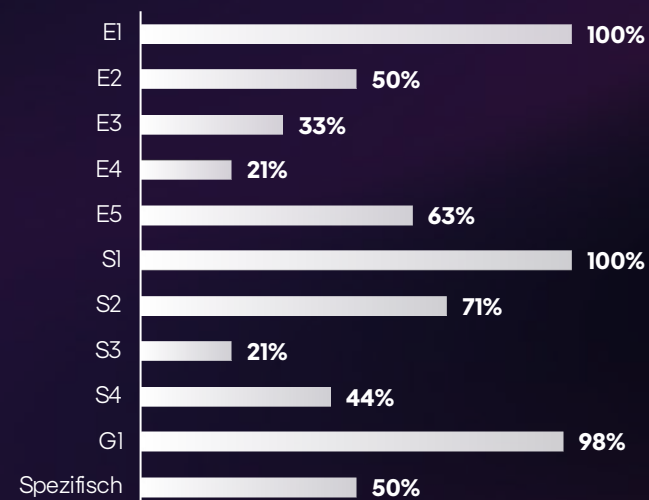
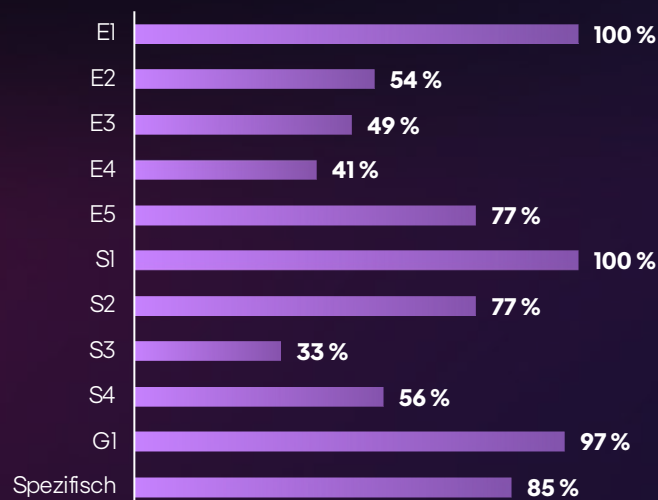
Berichtete ESRS-Themenstandards im DAX 40 und MDAX

Die European Sustainability Reporting Standards (ESRS) definieren die Themenbereiche, über die Unternehmen im Rahmen der CSRD berichten müssen. Welche Standards tatsächlich offengelegt werden, hängt von den Ergebnissen der Wesentlichkeitsanalyse ab. Die Themenbreite kann daher von Unternehmen zu Unternehmen unterschiedlich ausfallen.

Die ESRS-Berichtssaison zeigt bereits klare Prioritäten. **Während Klimawandel (E1), Arbeitskräfte (S1) und Unternehmensführung (G1)** mittlerweile zum Pflichtprogramm gehören, werden Biodiversität (E4) und Betroffene Gemeinschaften (S3) deutlich seltener als wesentliche Themen eingestuft.

■ DAX 40 ■ MDAX

Auffällig ist zudem der Unterschied zwischen DAX 40 und MDAX: In nahezu allen Themenbereichen berichten DAX-Unternehmen häufiger zu den jeweiligen Themenstandards. Dies deutet darauf hin, dass größere Unternehmen ein breiteres Spektrum an Nachhaltigkeitsthemen als wesentlich einstufen und entsprechend offenlegen.



Im Detail: Darstellung der IROs

ESRS-Themen verständlich aufbereitet

adidas GESCHAFTSBERICHT 2023

Klimawandel

Der Klimawandel ist entlang der gesamten Wertschöpfungskette ein wesentliches Thema für die meisten Treibhausgasemissionen im vorliegenden Bericht und birgt Physische Risiken, verändernde Wetterbedingungen und häufigere Extremereignisse, können sich auf die Markt- und betrieblichen Aktivitäten der Zulieferer, die Logistik und die Infrastruktur auswirken und Kosten und die Kontinuität der Lieferungen haben. adidas ist außerdem mit Übergangsrisiko (Zusammenhang mit Emissionspreisen, Regulierung und einer verstärkten Kontrolle durch die Kontrahenten). Die Bewältigung dieser Risiken schließt auch strategische Chancen: die Erhöhung erneuerbarer Energie, die Verbesserung der Energieeffizienz, die Beschleunigung des Kohlenstoff-Beschaffungspreises und die Verringerung der Kohlenstoffintensität der Produkte zur Stärkung Widerstandsfähigkeit der Beschaffungskette und Unterstützung der langfristigen Wertschöpfung.

Unsere Hebel und Maßnahmen zur Klimastrategie

Unsere Klimastrategie basiert auf den definierten Dekarbonisierungshebeln und Maßnahmen der Treibhausgasemissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette, mit einem Fokus auf die Scope-3-Treibhausgasemissionen in unserer wertschöpfenden Wertschöpfungskette.

adidas Klimastrategie: Hebel und Ziele 2030

Scope	Zielwert
Scope 1 & 2 THG-Emissionen	-10 %
Scope 3 THG-Emissionen	-42 %
Scope 1 & 2 THG-Emissionen	-70 %

2022 Geschäfts-wachstum, 2025 Erneuerbare-Energie- und Energie-effizienz, 2025 Material-innovation, 2025 Kohle-assessing, 2025 Prozess-erweiterung und Prozess-innovation, 2025 Andere, 2025 Eigene Standorte, 2030 Ziel 2030

■ Scope 1 & 2 THG-Emissionen ■ Scope 3 THG-Emissionen

ESRS E1 Klimawandel, ESRS E2 Umweltverschmutzung, ESRS E3 Wasser- und Meeresressourcen, ESRS E4 Biologische Vielfalt und Ökosysteme, ESRS E5 Kreislaufwirtschaft, ESRS S1 Eigene Arbeitskräfte, ESRS S2 Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette, ESRS S3 Betroffene Gemeinschaften, ESRS S4 Verbraucher und Endnutzer, ESRS G1 Unternehmenspolitik

Kurzübersicht wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen

	Umwelt					Soziales				Governance
	E1 – Klimawandel	E2 – Umweltverschmutzung	E3 – Wasser- und Meeresressourcen	E4 – Biologische Vielfalt und Ökosysteme	E5 – Kreislaufwirtschaft	S1 – Eigene Arbeitskräfte	S2 – Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette	S3 – Betroffene Gemeinschaften	S4 – Verbraucher und Endnutzer	G1 – Unternehmenspolitik
Impact	Klimaschutz und -anpassung Vorgelagerte und eigene THG-Emissionen in Rohstoffgewinnung und Produktion	Luft- / Wasser- / Bodenverschmutzung Vorgelagerte und nachgelagerte THG-Emissionen in Rohstoffgewinnung, Transport, Produktion und Entsorgung	Keine wesentlichen Impacts	Keine wesentlichen Impacts	Ressourcenzuflüsse und -nutzung Vorgelagerte negative Umwelteinflüsse in Rohstoffgewinnung, Transport, Produktion und Recycling	Arbeitsbedingungen und -rechte Vorgelagerte Werteschöpfungskette: Gefährdung Wohlbefinden/ Gesundheit von Arbeitskräften und Kinderarbeit in Rohstoffgewinnung und Produktion	Keine wesentlichen Impacts	Keine wesentlichen Impacts	Keine wesentlichen Impacts	Keine wesentlichen Impacts
Risiko	Wettbewerbsnachteile/ Umsatzverlust	Keine wesentlichen finanziellen Risiken	Keine wesentlichen finanziellen Risiken	Keine wesentlichen finanziellen Risiken	Keine wesentlichen finanziellen Risiken	Reputationschancen, Kundenverluste, Börsenwerte und Finanzierung	Keine wesentlichen finanziellen Risiken	Keine wesentlichen finanziellen Risiken	Keine wesentlichen finanziellen Risiken	Gefährdung Börsenwerte und Finanzierung
Chance	Keine wesentlichen finanziellen Chancen	Keine wesentlichen finanziellen Chancen	Keine wesentlichen finanziellen Chancen	Keine wesentlichen finanziellen Chancen	Wettbewerbsvorteil und Imagegewinn	Keine wesentlichen finanziellen Chancen	Keine wesentlichen finanziellen Chancen	Keine wesentlichen finanziellen Chancen	Wettbewerbsvorteil, Marktanteilserweiterung und Umsatzsteigerung	Keine wesentlichen finanziellen Chancen

adidas

Die wesentlichen IROs (Impacts, Risks, Opportunities) werden zu Beginn jedes Kapitels übersichtlich dargestellt. Grafiken, Kennzahlen und Verlinkungen erleichtern die Einordnung und unterstützen die Navigation innerhalb des Berichts.

Bechtle

Der IT-Konzern verknüpft Themenstandards und IROs in einer kompakten Übersicht. Die tabellarische Darstellung schafft Transparenz und ermöglicht einen schnellen Überblick über wesentliche Auswirkungen, Risiken und Chancen.

Commitments im DAX deutlich verbreitet

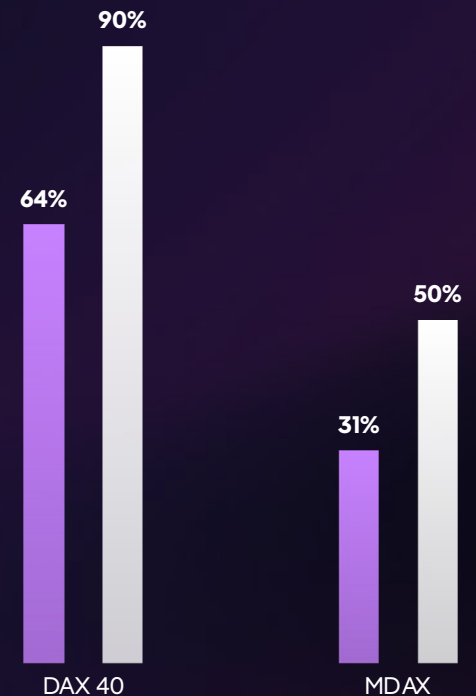
SDGs und UNGCs in DAX 40 und MDAX

Die Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen und der UN Global Compact (UNGC) zählen zu den bekanntesten internationalen Nachhaltigkeitsinitiativen. Unternehmen nutzen sie, um ihre Nachhaltigkeitsstrategie an global anerkannten Zielen und Prinzipien auszurichten und deren Umsetzung transparent zu kommunizieren.

Die Analyse zeigt deutliche Unterschiede zwischen den Indizes. Während **64 %** der **DAX-Unternehmen** einen Bezug zu den SDGs herstellen und **90 %** ihre Mitgliedschaft im UN Global Compact ausweisen, erreichen die entsprechenden Werte im **MDAX** lediglich **31 %** beziehungsweise **50 %**.

Insgesamt wird der UN Global Compact häufiger kommuniziert als die SDGs. Gleichzeitig verdeutlichen die Ergebnisse, dass internationale Nachhaltigkeits-Commitments insbesondere bei großen Unternehmen mittlerweile fest etabliert sind, während ihre Verbreitung im MDAX deutlich geringer ausfällt.

-  Sustainable Development Goals (SDG)
-  UN Global Compact (UNGC)



Im Detail: Commitments

Einordnung der Nachhaltigkeitsziele

Sustainable Development Goals (SDG)

TZ21 Sustainable Development Goals (SDG)

SDG	Unterziel	European Sustainability Reporting Standard	Verweis auf nichtfinanzielle Erklärung	Beitrag der Lufthansa Group zur Erreichung der globalen SDGs zur Agenda 2030 der Vereinten Nationen
3	3.3	ESRS S1	➤ Breit angelegte Maßnahmen im Rahmen der Personalstrategie sind umgesetzt	Präventive Impfungen werden durchgeführt. Die Lufthansa Group bietet ihren Mitarbeitenden an den Standorten in Deutschland, Österreich und der Schweiz an, sich zum Schutz vor einer schweren Grippeerkrankung impfen zu lassen.
	3.4	ESRS S1	➤ Breit angelegte Maßnahmen im Rahmen der Personalstrategie sind umgesetzt	Die Medizinischen Dienste der Lufthansa Group bieten eine umfassende arbeitsmedizinische Versorgung der Mitarbeitenden, angepasst an deren individuelle Bedürfnisse, unter Berücksichtigung des Arbeitsplatzes und individueller gesundheitlicher Voraussetzungen, an. Ebenso verfügen die Medizinischen Dienste über eine ausgeprägte fliegerärztliche Expertise und bieten psychosoziale Beratungsleistungen an.
		ESRS S1	➤ Breit angelegte Maßnahmen im Rahmen der Personalstrategie sind umgesetzt	Ein konzernweites Gesundheitsmanagement unterstützt die Gesundheitsmanager der einzelnen Gesellschaften. Auch den Fluggästen der Lufthansa Group wird für Reisen mit Vorerkrankungen oder Beeinträchtigungen umfangreiche Unterstützung durch das Medical Operations Center (MOC) angeboten.
4	3.8	ESRS S1	➤ Breit angelegte Maßnahmen im Rahmen der Personalstrategie sind umgesetzt	Kooperation mit einer Krankenkasse erfolgt seitens der Lufthansa Group in Deutschland. Da die Stärkung der Gesundheit der Beschäftigten verbessert werden soll, ging das Gesundheitsmanagement der Lufthansa Group im Berichtsjahr in Deutschland eine Kooperation mit einer gesetzlichen Krankenkasse ein, die ein breites Angebot an Maßnahmen zum betrieblichen Gesundheitsmanagement beinhaltet.
	4.4	ESRS S1	➤ Risiken wurden vor allem bei den Themen Tarifverträgen und Arbeitgeberaktivität identifiziert	Bei der Lufthansa Group werden verschiedene Ausbildungs-, Studien- und Traineeprogramme angeboten und Talente in verschiedenen Gruppen gefördert und systematisch vernetzt. Weiterhin werden verschiedene Programme zur Fort- und Weiterbildung angeboten, um den Mitarbeitenden eine persönliche und fachliche Entwicklung zu ermöglichen.
7	4.7	ESRS S1	➤ Breit angelegte Maßnahmen im Rahmen der Personalstrategie sind umgesetzt	Die Lufthansa Group setzt sich aktiv für die Förderung von lebenslangem Lernen und die langfristige Beschäftigungsfähigkeit ihrer Mitarbeitenden ein. Mit gezielten Trainings- und Weiterbildungsangeboten, insbesondere im Bereich Umwelt, stärkt das Unternehmen nachhaltige Kompetenzen innerhalb der Belegschaft. Seit 2022 wurden zusätzliche Ausbildungs- und Förderprogramme eingeführt, darunter das „Green Mobility Trainee“-Programm, das es Teilnehmenden ermöglicht, über 18 Monate hinweg an drei verschiedenen Nachhaltigkeitsprojekten innerhalb der Lufthansa Group mitzuarbeiten. Im Berichtsjahr wurde dieses Programm bereits zum dritten Mal erfolgreich durchgeführt. Die Lufthansa Group hat das Lern- und Engagement-Programm „Green Explorers“ erneut umgesetzt, bei dem 150 ausgewählte Mitarbeitende als Multiplikatoren für Nachhaltigkeit qualifiziert wurden. Sie treiben nachhaltige Ansätze in der Produktentwicklung, Kundenbindung und der Nutzung nachhaltiger Materialien gesetzt voran.
	7.2	ESRS E1	➤ Ausbau von Sustainable Aviation Fuel für klimaschonenden Flugverkehr der Zukunft wird unterstützt	Die Lufthansa Group sichert ihre SAF-Versorgung durch kontinuierliche Beschaffung am Spot-Markt, prüft mittelfristig langfristige Abnahmeverträge und unterstützt langfristig innovative SAF-Produktionskonzepte über ein globales Partnernetzwerk.
		ESRS E1	➤ Energiemanagement für den Bodenbetrieb fokussiert Energieeffizienz und erneuerbare Energien	2024 hat die Lufthansa Group ein neues Energiemanagement für den Energieverbrauch am Boden eingeführt. Damit will sie ihre Herangehensweise an die Energiebeschaffung und den Energieverbrauch ändern, die aktuelle Gesetzgebung einhalten, ihren Energiemix anpassen und die Fahrzeugflotte langfristig dekarbonisieren.
		ESRS E1	➤ Wissenschaftlich fundierte CO ₂ -Reduktionsziele untermauern Klimaschutzambitionen	Die Lufthansa Group hat sich für den Bodenbetrieb das Scope-2-Ziel gesetzt, in Deutschland, Österreich und der Schweiz ausschließlich Strom aus erneuerbaren Energien zu beziehen.
	ESRS E1	➤ Energieverbrauch und Energiemix	Die Lufthansa Group erfasst und analysiert jährlich ihren weltweiten Energieverbrauch. Die entsprechenden Kennzahlen sind nicht nur als Grundlage für den Total Carbon Footprint von Bedeutung, sondern geben auch Einblicke in den bezogenen Energiemix.	



Lufthansa

Lufthansa verknüpft die SDGs systematisch mit den ESRS-Themenstandards und schafft so Transparenz über die strategischen Beiträge des Unternehmens zu den Nachhaltigkeitszielen.

Kronos

Der Maschinen- und Anlagenbauer visualisiert die Relevanz der einzelnen SDGs in einer kompakten Grafik und macht sichtbar, bei welchen Zielen die strategischen Schwerpunkte des Unternehmens liegen.

05

Ausblick

Trends & Thesen

Der Bericht wird zur Plattform

Der Online-Geschäftsbericht entwickelt sich vom digitalisierten PDF zur funktionalen Informationsplattform. Der Mehrwert entsteht zunehmend über Nutzerführung, Datenlogik und intelligente Services. Unternehmen investieren in Quick Access, Themenfilter, Kennzahlenvergleiche, interaktive Grafiken, bessere Suchfunktionen und KI-gestützte Assistenten.

Die digitalen Vorreiter zeigen, dass der Online-Bericht Mehrwert gegenüber dem PDF bieten kann. Der Weg dorthin erfolgt meist schrittweise: vom online bereitgestellten PDF über einzelne Funktionen bis hin zur professionellen Reporting-Plattform.

Wer heute in digitale Berichterstattung investiert, investiert nicht in einen Kanal – sondern in ein Nutzererlebnis.



GEO verändert die Regeln der Sichtbarkeit

Immer mehr Stakeholder recherchieren Unternehmensinformationen über ChatGPT, Gemini oder Perplexity statt über klassische Suchmaschinen. Dadurch gewinnen strukturierte, maschinenlesbare Inhalte an Bedeutung.

Unternehmen reagieren bereits mit FAQ-Bereichen, strukturierten Daten und ersten Optimierungen für KI-Systeme. Langfristig dürfte diese Entwicklung den Druck auf klassische PDF-Berichte erhöhen und den Bedarf an Full-HTML-Lösungen weiter steigern.

Wer von KI gefunden werden will, muss Informationen so bereitstellen, dass Maschinen sie verstehen können.

Die Sichtbarkeit eines Geschäftsberichts entscheidet sich künftig nicht nur auf Google, sondern zunehmend in den Antworten der künstlichen Intelligenz.



KI zieht ins Reporting ein

Bislang spielt künstliche Intelligenz in der digitalen Berichterstattung nur eine Nebenrolle. Dort, wo sie bereits eingesetzt wird, verbessert sie vor allem den Zugang zu Informationen – etwa durch KI-gestützte Vorlesefunktionen oder intelligente Assistenten innerhalb von Reporting Hubs.

Noch handelt es sich überwiegend um Pilotanwendungen statt um etablierte Standards. Die Entwicklung zeigt jedoch klar in eine Richtung: KI wird die Nutzung von Geschäftsberichten einfacher, schneller und individueller machen.

Die Frage ist nicht mehr, ob KI Teil des Reportings wird – sondern wann sie zum Standard wird.



06

KI Assistenten

Prozessoptimierung im Reporting

ChatGPT nutzen wir. Und jetzt?



Vier Stufen der KI-Evolution

1

KI-CHATBOT

**„Intelligenter Chat“
reagiert auf Fragen und
Prompts**

- ad-hoc Instruktionen und Wissensbereitstellung

2

KI-AUTOMATISIERUNG

**KI automatisiert
einzelne Schritte in
bestehendem Prozess**

- überschaubare Instruktionen
- Vorgehen nach vorgegebenem Ablauf

3

KI-ASSISTENT

**Unterstützt bei
komplexeren Aufgaben,
bezieht Kontext ein.**

- umfangreiche Instruktionen
- gezielter Zugang zu Wissen
- geführte Fähigkeiten

4

KI-AGENT

**Arbeitet auf ein Ziel hin.
Plant Schritte,
passt Vorgehen an.**

- umfangreiche Instruktionen
- übergreifender Zugang zu Wissen
- eigenständige Fähigkeiten
- Umfangreiche Nutzung von Tools

Wann brauche ich einen KI-Assistenten?

LEITFRAGE	WENN NEIN	WENN JA
Kommt die Aufgabe regelmäßig vor?	Chat	Assistent
Nutzen mehrere Personen den gleichen Ablauf?	Chat	Assistent
Gibt es klare Regeln, Quellen oder Qualitätsstandards?	Chat	Assistent
Soll das Ergebnis konsistent und wiederholbar sein?	Chat	Assistent

Reporting-Prozess mit KI-Support

1

Kick-off & Konzeptionsphase

- Kick-off Workshop
- Entwicklung inhaltliche Konzeptideen, Visuals und Themenkaskaden für Begleitkommunikation
- Vorstellung der Konzeptideen
- Freigabe Konzept sowie Layout/Screendesign

Casca

Cascading
Topic
Assistant

Mia

Marketing
Intelligence
Assistant

2

Umsetzung Imageinhalte

- Verabschiedung Redaktionsplan
- Freigabe Seitenplan
- ggf. Shootings planen
- Lieferung der Texte & Bilder
- Abstimmung der Layouts
- Bildbearbeitung
- Abstimmung Produktion

Drac

Draft
Constructor

Terra

Text
Reviewer

Canto

Channel and Tone
Optimization
Assistant

3

Umsetzung Finanz- & Nachhaltigkeitsteil

- Beratung Compliance & Regulatorik
- Erstellung Berichtstexte
- Aufbau Seiten inkl. Grafiken
- Übersetzung
- Aufbau der Publikationen für weitere Sprachversion

Edita

Editing
Intelligence for
Text Analysis

Lexa

Language
Excellence
Assistant

Cora

Compliance
& Reporting
Advisor

4

Qualitätssicherung & Veröffentlichung

- Korrektorat
- Sprachabgleich
- Umsetzung der Korrekturen
- Reinzeichnung und Finalisierung
- Veröffentlichung

Lina

Language
Integrity
Navigator

Proof

Proofreading
Assistant

ASSISTENT SIZE S

**Cora**

Compliance & Reporting Advisor

Cora prüft Nachhaltigkeitsberichte nach ESRS. Sie analysiert Entwürfe oder Vorjahresberichte auf Vollständigkeit, identifiziert Lücken, erstellt eine strukturierte Gap-Liste und liefert Empfehlungen für die Redaktion.

Cora

DEMO

CORA — Compliance & Reporting Advisor

Guten Tag, Ich unterstütze Sie bei der Erstellung Ihres Nachhaltigkeitsberichts gemäß ESRS. Dafür überprüfe ich Ihren Textentwurf oder Bericht aus dem letzten Jahr auf Vollständigkeit und in Bezug auf die Erfüllung von ESRS-Anforderungen. Die Ergebnisse stelle ich Ihnen in einer strukturierten Gap-Liste zusammen. Anschließend gebe ich Empfehlungen dazu, wie die Lücken zu schließen sind. Bitte laden Sie einen Textentwurf oder Berichtskapitel in das Chatfenster.

Symrise_GB25_Nichtfinanzial... PDF

Untersuche nur den allgemeinen Teil bis S. 139. Erstelle bitte eine GAP-Analyse.

CORA — Compliance & Reporting Advisor

Ich starte sofort mit der systematischen Analyse aller relevanten Quellen für den allgemeinen Teil (bis S. 139) des Symrise-Berichts.

Dokumente gelesen 2 Quellen >

Ich habe nun alle wesentlichen Informationen aus dem Bericht und den ESRS-Standards gesammelt. Ich erstelle jetzt die vollständige GAP-Analyse für den allgemeinen Teil (bis S. 139) der Symrise Nichtfinanziellen Konzernerkklärung 2025.

GAP-ANALYSE: Allgemeiner Teil (bis S. 139)

Symrise AG — Nichtfinanzielle Konzernerkklärung 2025

Benchmark: ESRS 2 (General Disclosures) + ESRS 1 (Grundprinzipien)

⚠ VORBEMERKUNG: Regulatorischer Rahmen

Symrise erstellt den Bericht in **Anlehnung an** (nicht vollständig gemäß) ESRS, da die CSRD bis zum Bilanzstichtag 31.12.2025 nicht in deutsches Recht überführt wurde. Rechtsgrundlage bleibt §§ 315b–315c HGB (CSR-RUG). Diese Ausgangslage beeinflusst den Prüfmaßstab: Die nachfolgende GAP-Analyse misst dennoch konsequent an den vollständigen ESRS-2-Anforderungen, um Lücken für die künftige CSRD-Pflicht sichtbar zu machen.

SCHRITT 1: WESENTLICHKEITSANALYSE — ERGEBNISSE UND ABDECKUNG

Tabella 1: Identifizierte wesentliche Themen im allgemeinen Teil

Cora

DEMO

SCHRITT 1: WESENTLICHKEITSANALYSE — ERGEBNISSE UND ABDECKUNG

Tabelle 1: Identifizierte wesentliche Themen im allgemeinen Teil

Thema	ESRS-Zuordnung	Art der Wesentlichkeit	Erwähnung im Bericht
Klimawandel / THG-Emissionen	ESRS E1	Double Materiality (Impact + Financial)	☑ Ja — Allg. Teil S. 39 ff.
Umweltverschmutzung (Luft, Wasser, Boden, SoC/SVHC)	ESRS E2	Impact Materiality	☑ Ja — S. 62 ff.
Wasserressourcen	ESRS E3	Double Materiality	☑ Ja — S. 34 (IRO-Tabelle)
Biologische Vielfalt & Ökosysteme	ESRS E4	Double Materiality	☑ Ja — S. 34 (IRO-Tabelle), S. 74
Zirkularität / Ressourcen	ESRS E5	Impact Materiality	☑ Ja — S. 34 (IRO-Tabelle)
Eigene Belegschaft (Arbeitsbedingungen, H&S, DEI)	ESRS S1	Double Materiality	☑ Ja — S. 34 (IRO-Tabelle)
Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette	ESRS S2	Impact Materiality	☑ Ja — S. 35 (IRO-Tabelle)
Betroffene Gemeinschaften	ESRS S3	Impact Materiality	☑ Ja — S. 35 (IRO-Tabelle)
Unternehmensführung (Korruption, Ethik, Kultur)	ESRS G1	Double Materiality	☑ Ja — S. 35 (IRO-Tabelle)

Befund: Alle gemäß ESRS in Frage kommenden thematischen Bereiche wurden grundsätzlich identifiziert. Das doppelte Wesentlichkeitsprinzip wird konzeptionell korrekt beschrieben — sowohl Auswirkungswesentlichkeit als auch finanzielle Wesentlichkeit.

SCHRITT 2: GAP-ANALYSE (DETAILLIERTE GAP-LISTE)

Tabelle 2: GAP-Liste — ESRS 2 Disclosure Requirements

◆ A) GOV — GOVERNANCE

DR-Referenz	Anforderung (ESRS 2)	Status im Bericht	Bemerkung / Lücke
			Vorstand und Aufsichtsrat beschrieben, inkl. CSO, RSSC.

Cora

DEMO

SCHRITT 2: GAP-ANALYSE (DETAILLIERTE GAP-LISTE)

Tabelle 2: GAP-Liste — ERSR 2 Disclosure Requirements

◆ A) GOV — GOVERNANCE

DR-Referenz	Anforderung (ESRS 2)	Status im Bericht	Bemerkung / Lücke
ESRS 2 GOV-1	Rolle der Verwaltungs-, Leitungs- und Aufsichtsorgane	teilweise	Vorstand und Aufsichtsrat beschrieben, inkl. CSO, RSSC, Sustainability Leadership Team. Fehlend: konkrete Beschreibung, wie oft das Leitungsorgan Nachhaltigkeitsfragen behandelt (Sitzungsfrequenz, Tagesordnungspunkte). Art. 21(2)(a) verlangt Angaben zu spezifischen Nachhaltigkeitskompetenz im Aufsichtsrat — nicht explizit adressiert.
ESRS 2 GOV-2	Informationen und Nachhaltigkeitsfragen, mit denen sich Organe befassen	teilweise	Risikoberichte 2x/Jahr an Prüfungsausschuss erwähnt. Fehlend: systematische Darstellung, wie Nachhaltigkeitsinformationen an das Leitungsorgan fließen, welche Quellen genutzt werden, wie Entscheidungen getroffen werden.
ESRS 2 GOV-3	Integration der nachhaltigkeitsbezogenen Leistung in Vergütungssysteme	teilweise	ESG-Ziele im STIP (20%) und LTIP (20%) beschrieben; ca. 5% der Gesamtvergütung klimabezogen. Fehlend: vollständige Offenlegung der Zielparameter je Vorstandsmitglied gemäß ESRS 2 GOV-3 §24 (d.h. die spezifischen Nachhaltigkeitsziele je Person und der Verknüpfungsmechanismus).
ESRS 2 GOV-4	Due-Diligence-Erklärung (Statement on due diligence)	teilweise	Eine Sorgfaltspflicht-Tabelle ist vorhanden (S. 17.). Fehlend: Die Verknüpfung zur tatsächlichen ESRS-Struktur der Sorgfaltspflicht nach ESRS 1 §4 ist nicht vollständig hergestellt. Keine explizite „ESRS 2 GOV-4“-Kennzeichnung.

Cora

DEMO

SCHRITT 3: EMPFEHLUNGEN ZUR SCHLIEßUNG DER GAPS

Tabelle 4: Konkrete Handlungsempfehlungen

Gap	Empfehlung	Priorität	Begründung
IRO-2: Fehlende DR-Abdeckungstabelle	Erstellen einer Tabelle, die alle anwendbaren ESRS-DRs auflistet und erläutert, welche davon aufgrund der DMA berichtet werden (inkl. Begründung bei Nicht-Berichterstattung). Dieses Mapping sollte im allg. Teil als eigenes Unterkapitel erscheinen.	● Hoch	Prüfungsrisiko: Fehlendes Mapping ist bei CSRD-Prüfung ein formaler Verstoß; Vergleichbarkeit mit anderen Berichten nicht möglich.
SBM-2: Fehlende externe Stakeholder-Konsultation	Direkte, strukturierte Befragung betroffener Interessenträger (insb. Gemeinschaften, Lieferketten-Arbeitskräfte, NGOs) als Teil der DMA-Überarbeitung 2026. Dokumentation des Konsultationsprozesses im Bericht (wer wurde einbezogen, wie, mit welchem Ergebnis).	● Hoch	Kernprinzip der ESRS-DMA (EFRAG IG 1); letzte externe Konsultation war 2022 – zu veraltet für CSRD-Konformität.
SBM-1: Verweis auf Konzernlagebericht	Kerninformationen zu Geschäftsmodell, Wertschöpfungskette, Abhängigkeiten von Ressourcen und geografischer Präsenz direkt im NF-Bericht aufnehmen (oder zumindest vollständig zusammenfassen). Verweise sollten präziser sein (Seitenangaben).	● Mittel	Gemäß ESRS 1 §9 sind Querverweise nur zulässig, wenn die referenzierten Informationen als Teil des Nachhaltigkeitsberichts gelten können.
IRO-1: Wesentlichkeits-Scores und nicht-wesentliche Themen	Offenlegung einer vollständigen IRO-Liste mit Bewertungsergebnissen (aggregiert, z.B. als Wesentlichkeitsmatrix oder Tabelle). Explizite Nennung der als nicht wesentlich eingestuft Themen gemäß ESRS 1 AR 16 mit Begründung.	● Mittel	Transparenz und Nachvollziehbarkeit der DMA sind prüfungsrelevant; externe Stakeholder können Ergebnisse sonst nicht bewerten.

Explizite Beschreibung der

Cora

DEMO

SCHRITT 4: EXECUTIVE SUMMARY

Gesamtbewertung

Der allgemeine Teil der Nichtfinanziellen Konzernklärung 2025 von Symrise zeigt einen **soliden, strukturierten Ansatz** in Anlehnung an ESRS 2, der weit über die gesetzlichen Mindestanforderungen des CSR-RUG hinausgeht. Die wesentlichen Stärken und Schwächen lassen sich wie folgt zusammenfassen:

✔ Stärken

- **Vollständige thematische Abdeckung:** Alle neun ESRS-Themenfelder (E1–E5, S1–S3, G1) wurden im Rahmen der DMA berücksichtigt und mit IROs hinterlegt.
- **Methodisch fundierte DMA:** Die Verwendung einer Skala (0–5), differenzierter Kriterien (Ausmaß, Umfang, Unumkehrbarkeit, Wahrscheinlichkeit) und die Offenlegung der Methodenänderung 2025 (Mittelwert statt Multiplikation) sind positiv hervorzuheben.
- **Gute Governance-Verankerung:** CSO, Global Sustainability Leadership Team, RSSC und die Einbindung des Prüfungsausschusses sind klar beschrieben. ESG-Ziele im Vergütungssystem (STIP/LTIP) sind vorhanden.
- **Transparente Schätzungsunsicherheiten:** Die Tabelle zu Genauigkeitsgraden und geplanten Verbesserungsmaßnahmen ist ein Best-Practice-Element.
- **Sorgfaltspflicht-Mapping:** Die Darstellung der Due-Diligence-Kernelemente mit Verweisen auf Berichtsabschnitte ist strukturiert und nützlich.

✘ Wesentliche Lücken (Handlungsprioritäten)

1. **● PRIORITÄT 1 — Fehlende ESRS-DR-Abdeckungstabelle (IRO-2):** Das fehlende Mapping aller anwendbaren ESRS-Disclosure Requirements auf die DMA-Ergebnisse ist die gravierendste formale Lücke. Ohne diese Tabelle ist für Prüfer und Nutzer nicht nachvollziehbar, welche Angabepflichten Symrise als verpflichtend erachtet und welche ausgelassen wurden.
2. **● PRIORITÄT 2 — Fehlende externe Stakeholder-Konsultation:** Die DMA 2025 basiert ausschließlich auf internen Befragungen; externe Stakeholder wurden nicht direkt eingebunden (zuletzt 2022). ESRS und EFRAG IG 1 verlangen eine direkte Einbeziehung betroffener Stakeholder. Dies ist ein strukturelles Defizit, das die Glaubwürdigkeit der DMA-Ergebnisse einschränkt.
3. **● PRIORITÄT 3 — Verweisstruktur für Geschäftsmodell (SBM-1):** Kerninformationen zu Strategie, Geschäftsmodell und Wertschöpfungskette werden vollständig in den Konzernlagebericht ausgelagert. Für eine eigenständige ESRS-konforme Berichterstattung müssen diese Angaben im NF-Bericht selbst enthalten sein oder zumindest vollständig zusammengefasst werden.
4. **● PRIORITÄT 4 — NF-IKS noch im Aufbau:** Das interne Kontrollsystem für die Nachhaltigkeitsberichterstattung ist noch nicht implementiert. Für eine externe Prüfung mit begrenzter Sicherheit (die PwC bereits durchgeführt hat) und für künftige hinreichende Sicherheit (reasonable assurance) ist ein funktionierendes NF-IKS unverzichtbar.

Cora

DEMO

Best-Practice-Hinweis

Führende Unternehmen wie BASF, Covestro oder Henkel veröffentlichen im allgemeinen Teil ihres Nachhaltigkeitsberichts:

- Eine vollständige **ESRS-Compliance-Tabelle** mit Seitenverweis für jede DR
- Eine **Wesentlichkeitsmatrix** mit numerischen Scores und den Grenzen des Wesentlichkeitsschwellenwerts
- Eine explizite **Stakeholder-Engagement-Dokumentation** (Wer wurde wann wie konsultiert, mit welchem Einfluss auf die DMA-Ergebnisse)

Diese Elemente sollten für Symrise bei der Vorbereitung auf die CSRD-Erstanwendung priorisiert werden.

Prüfungsstand: Allgemeiner Teil bis S. 139 der Nichtfinanziellen Konzernklärung Symrise AG, GJ 2025. Prüfmaßstab: ESRS 2 (General Disclosures) inkl. ESRS 1 (Grundlagen), in Verbindung mit EFRAG IG 1 (Materiality Assessment) und IG 3 (Data Points).

      Quellen

ASSISTENT SIZE M-L



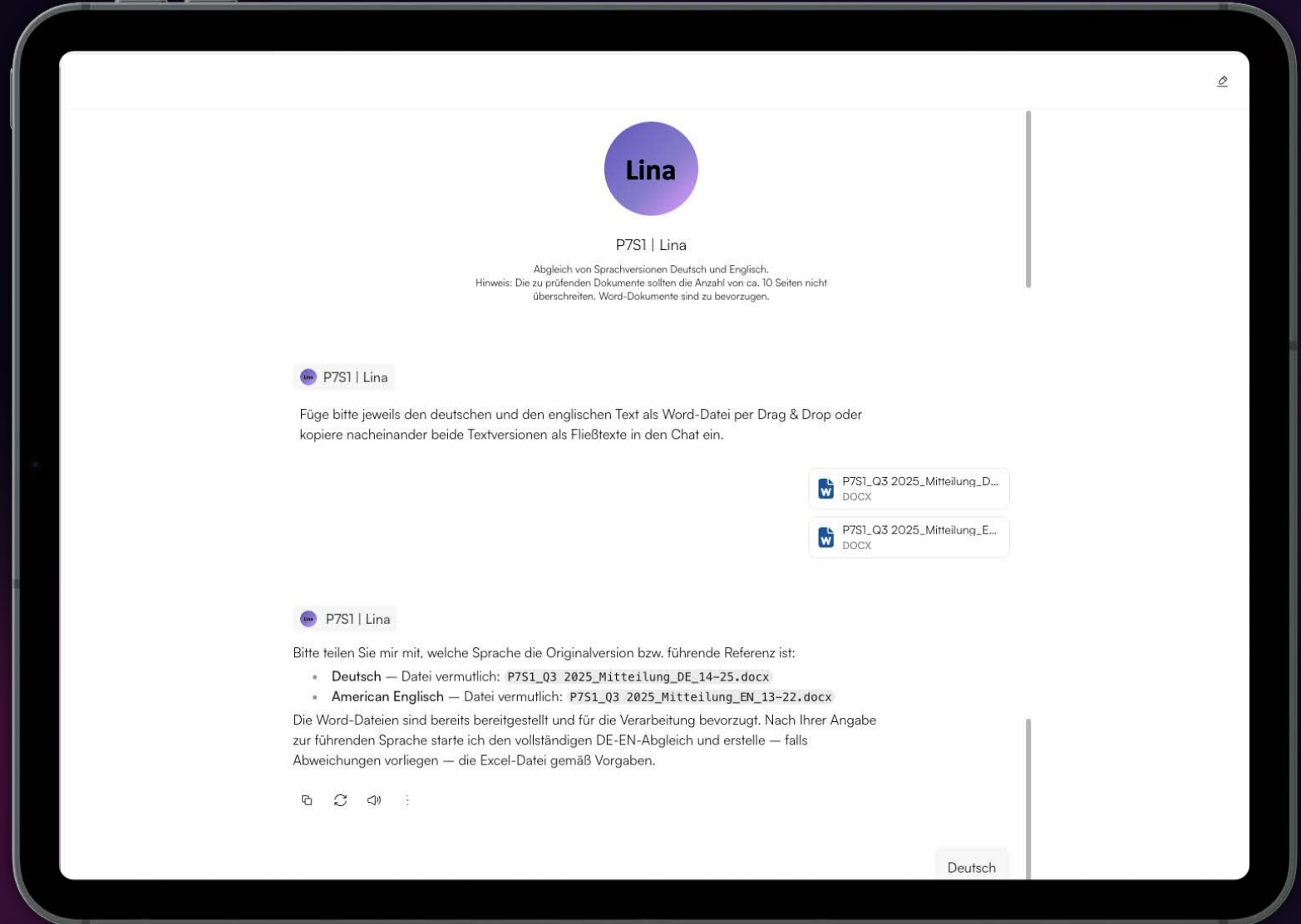
Lina

Language Integrity Navigator

Der Language Integrity Navigator gleicht deutsche und englische Berichtsversionen miteinander ab und erkennt sprachliche sowie inhaltliche Abweichungen. Kurz vor der Veröffentlichung unterstützt er bei der Qualitätssicherung und deckt Unterschiede in Texten und Zahlen beider Sprachvarianten auf.

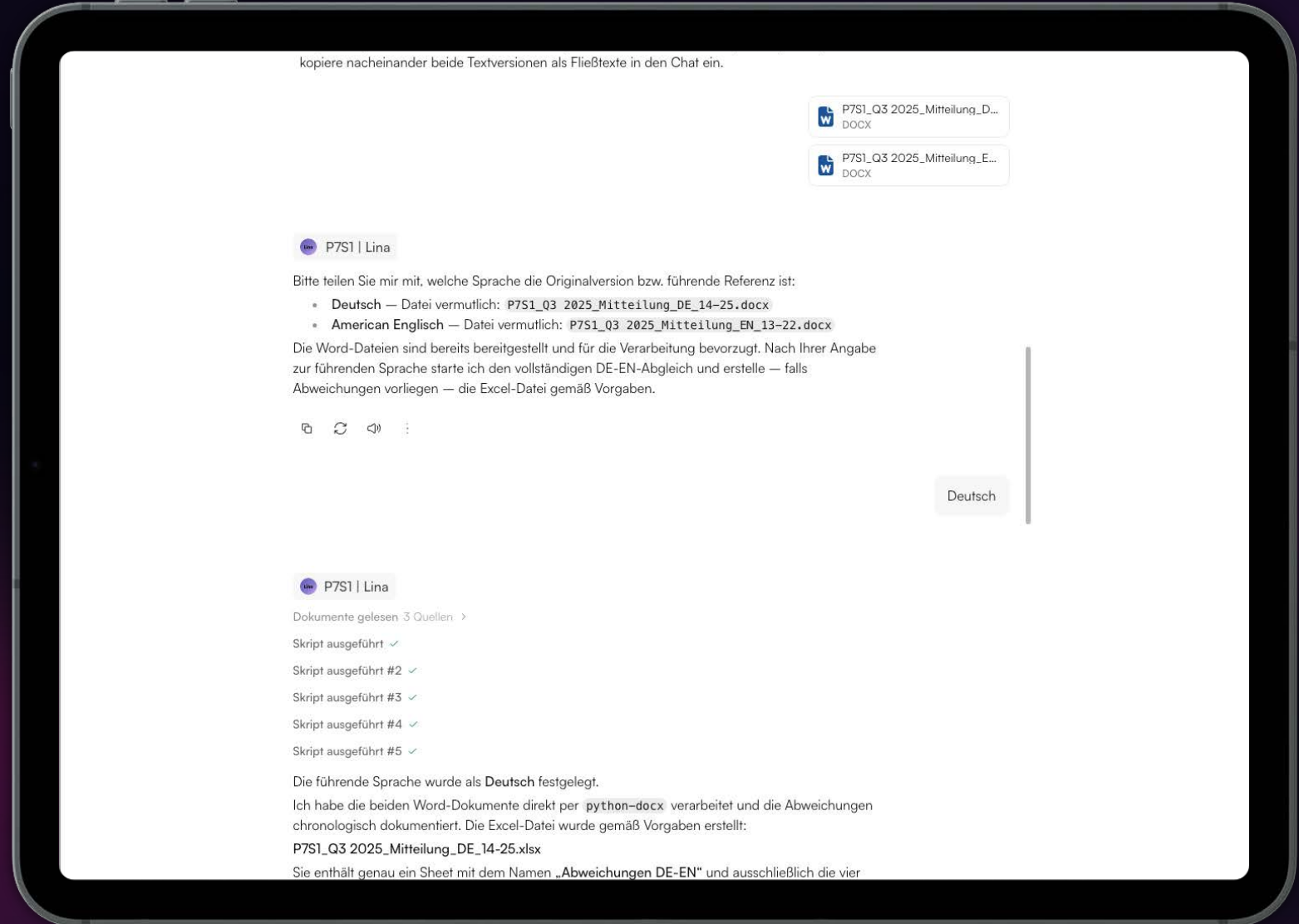
Lina

DEMO



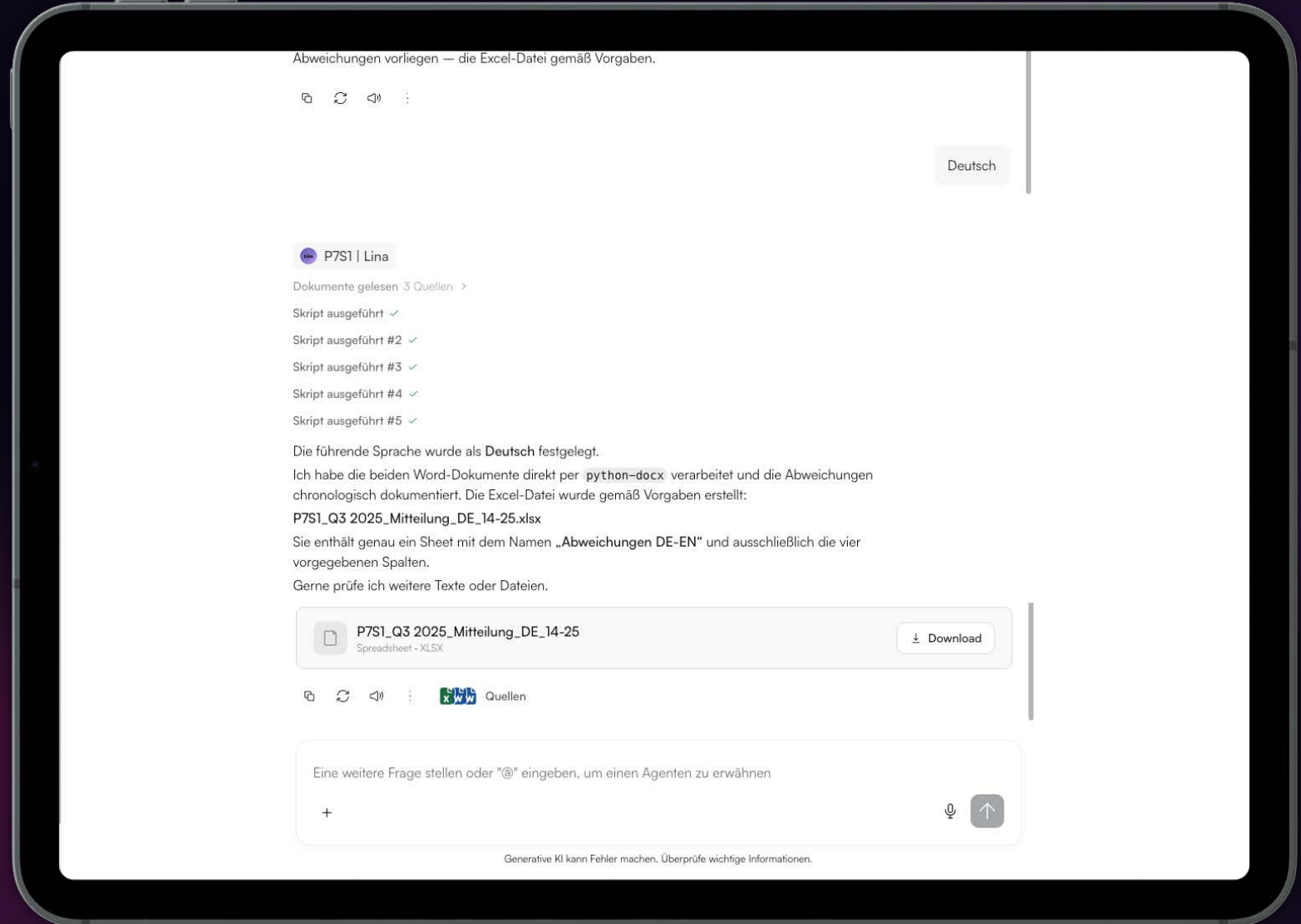
Lina

DEMO



Lina

DEMO



Lina

Ergebnis

	A	B	C	D
	Original (Deutsch)	Übersetzung (Englisch)	Abweichung	Optimierungsvorschlag
1	Tabelle/Abschnitt Außensatzlöse: DACH	DACH1 / 1 DACH = German-speaking region (Germany, Austria, Switzerland).	Die englische Version ergänzt einen Fußnotenverweis und eine erklärende Fußnote zu DACH, die in der deutschen führenden Version nicht enthalten sind. Dadurch enthält die Übersetzung zusätzlichen Inhalt; zudem ist die Tabellenstruktur nicht vollständig deckungsgleich.	Fußnotenverweis und Fußnote in der englischen Version entfernen oder die Fußnote auch in der deutschen Originalversion ergänzen.
2	Das Online-Vergleichsportal Verivox wurde zum Ende des ersten Quartals entkonsolidiert und trug im dritten Quartal 2024 noch 39 Mio Euro zum Segmentumsatz bei.	The online comparison portal Verivox was sold at the end of the first quarter and contributed EUR 39 million to segment revenues in the third quarter of 2024.	Die englische Version übersetzt ‚entkonsolidiert‘ mit ‚was sold‘. Das verändert die Aussage: Im Original geht es an dieser Stelle um die Entkonsolidierung zum Ende des ersten Quartals, nicht um den Verkaufszeitpunkt.	The online comparison portal Verivox was deconsolidated at the end of the first quarter and contributed EUR 39 million to segment revenues in the third quarter of 2024.
3	Das adjusted EBITDA im Segment Entertainment betrug im dritten Quartal 65 Mio Euro und ist damit gegenüber dem Vorjahr um 25 Prozent oder 22 Mio Euro zurückgegangen.	Adjusted EBITDA in the Entertainment segment amounted to EUR 65 million in the third quarter, representing a year-on-year decline of 25% or EUR 22.	In der englischen Version fehlt das Leerzeichen zwischen ‚of‘ und ‚25%‘. Außerdem fehlt nach ‚EUR 22‘ die Einheit ‚million‘; dadurch ist die Zahlenangabe unvollständig.	Adjusted EBITDA in the Entertainment segment amounted to EUR 65 million in the third quarter, representing a year-on-year decline of 25% or EUR 22 million.
4	→ Wesentliche Ereignisse	→ Significant Events	In der englischen Version stehen nach ‚Significant Events‘ mehrere Leerzeichen. Doppelte bzw. mehrfache Leerzeichen sind laut Vorgabe zu markieren.	Überzählige Leerzeichen entfernen: → Significant Events
5	Der adjusted Operating Free Cashflow der ProSiebenSat.1 Group sank im dritten Quartal 2025 auf (Vorjahr:).	ProSiebenSat.1 Group’s adjusted operating free cash flow decreased to minus EUR 9 million in the third quarter of 2025 (previous year: EUR 25 million).	Die deutsche führende Version enthält an dieser Stelle keine Werte für den dritten Quartalswert und den Vorjahreswert. Die englische Version ergänzt die Werte ‚minus EUR 9 million‘ und ‚EUR 25 million‘ und enthält damit zusätzliche Informationen gegenüber dem Original.	Entweder die Werte in der deutschen Originalversion ergänzen oder die englische Version an den Originalstand anpassen: ProSiebenSat.1 Group’s adjusted operating free cash flow decreased to (previous year:).
6	Die Netto-Finanzverbindlichkeiten des Konzerns beliefen sich zum 30. September 2025 auf (31. Dezember 2024:; 30. September 2024:).	The Group’s net financial debt amounted to EUR 1,531 million as of September 30, 2025 (December 31, 2024: EUR 1,512 million; September 30, 2024: EUR 1,609 million).	Die deutsche führende Version enthält an dieser Stelle keine Beträge. Die englische Version ergänzt drei konkrete Werte und enthält damit zusätzliche Informationen gegenüber dem Original.	Entweder die Werte in der deutschen Originalversion ergänzen oder die englische Version an den Originalstand anpassen: The Group’s net financial debt amounted to as of September 30, 2025 (December 31, 2024:; September 30, 2024:).
7	In der Definition der Netto-Finanzverbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group waren zum 30. September 2025 keine Immobilienkredite in Höhe von (31. Dezember 2024:; 30. September 2024: 178 Mio Euro) sowie geschuldete Zinsen in Höhe von (31. Dezember 2024:; 30. September 2024: 20 Mio Euro) enthalten.	As of September 30, 2025, the definition of ProSiebenSat.1 Group’s net financial debt did not include real estate liabilities in the amount of EUR 185 million (December 31, 2024: EUR 184 million; September 30, 2024: EUR 178 million), and accrued interest of EUR 16 million (December 31, 2024: EUR 10 million; September 30, 2024: EUR 20 million).	Die deutsche führende Version enthält mehrere leere Wertstellen; die englische Version ergänzt EUR 185 million, EUR 184 million, EUR 16 million und EUR 10 million. Das sind zusätzliche Informationen gegenüber dem Original.	Entweder die fehlenden Werte in der deutschen Originalversion ergänzen oder die englische Version an den Originalstand anpassen und die zusätzlich eingefügten Werte entfernen.
8	Die Voraussetzungen für den Eintritt von Risiken im Zusammenhang mit den Change-of-Control-Klauseln in Finanzierungs- und operativen Verträgen sind nach Vollzug der Übernahme durch MFE im dritten Quartal 2025 gegeben.	The conditions for the occurrence of risks in connection with the change-of-control clauses in financing and operating agreements will be met after the takeover by MFE is completed in the third quarter of 2025.	Die englische Version formuliert die Aussage als zukünftiges Ereignis („will be met after ... is completed“). Das deutsche Original beschreibt den Zustand nach Vollzug der Übernahme im dritten Quartal 2025 als gegeben.	The conditions for the occurrence of risks in connection with the change-of-control clauses in financing and operating agreements have been met following completion of the takeover by MFE in the third quarter of 2025.
9	Sollte sich die wirtschaftliche Situation und damit die Ergebnislage des Konzerns verschlechtern, besteht das Risiko, dass die Financial Covenant nicht eingehalten wird, mit der Folge, dass die finanzierenden Banken ein Kündigungsrecht unter dem Finanzierungspaket haben.	Should the economic situation and thus the Group’s earnings deteriorate, there is a risk that the financial covenant will not be complied, with the result that the financing banks will have a right of termination under the financing package.	In der englischen Version fehlt bei ‚will not be complied‘ die Präposition ‚with‘. Dadurch ist die Formulierung grammatisch fehlerhaft.	Should the economic situation and thus the Group’s earnings deteriorate, there is a risk that the financial covenant will not be complied with, with the result that the financing banks will have a right of termination under the financing package.
10	... zu einer maßgeblichen bzw. dauerhaften Beeinträchtigung der	... could have a significant or lasting adverse effect on the Group’s	‚Vermögenslage‘ ist in der englischen Version mit ‚performance‘ nicht	... could have a significant or lasting adverse effect on the Group’s

Pricing nach Komplexität

Die Preisstruktur unserer KI-Assistenten richtet sich nach der Komplexität der kundenspezifischen Konfiguration und Individualisierung.

Wir bieten drei abgestufte Pakete (S, M, L) an, die unterschiedliche Komplexitätsgrade sowie einen ersten Bedarf an Coaching und Support abdecken.

ASSISTENT SIZE S

Konfiguration des Agenten + Coaching und Support:

3 Stunden
über **3 Wochen**

3.000 €

ASSISTENT SIZE M

Konfiguration des Agenten + Coaching und Support:

5 Stunden
über **5 Wochen**

5.000 €

ASSISTENT SIZE L

Konfiguration des Agenten + Coaching und Support:

7 Stunden
über **7 Wochen**

7.000 €

Zusätzlicher Support sowie spätere Anpassungen oder Aktualisierungen werden auf Stundenbasis abgerechnet.

Der Prozess: KI-Assistenten implementieren

1. Kick-off

- **KI-Assistent:** Lina (Language Integrity Navigator)
- **Anforderung:** Abgleich von Reports auf DE und EN

2. Konzeptionsphase

- Ausgestaltung der Anforderungen
- Kundenspezifische Konfiguration

3. Kundenspezifische Weiterentwicklung

- Anpassung an zusätzliche Anforderungen

4. Ausgestaltung KI-Assistent

- **Hauptaufgabe:** Abgleich von zwei Sprachversionen (Deutsch – Englisch)
- **Rolle:** Senior Korrektor, Muttersprachler/Sprachgefühl für beide Sprachen, Gründliche Arbeitsweise
- **Tonalität:** Sachlich, faktisch, professionell, aber auch klar und prägnant
- **Ergebnisdarstellung:** Excel-Tabelle zum Download mit 4 Spalten: Deutsche Textpassage, englische Textpassage, Kommentar, Optimierungsvorschlag

5. Prüfung

- American English
- Gleiche Aussagen in beiden Sprachen,
- Zahlenabgleich,
- „vergessene“ Übersetzungen,
- Deutsche Version führend für Reporting —> trotzdem immer nachfragen vor Abgleich!

6. Ergänzende Fähigkeiten

- doppelte Leerzeichen
- korrekte Firmenbezeichnungen
- weiteres typografisches Finetuning, z. B. keine Abstände bei Prozentzeichen in Englisch
- Eingrenzen der KI für optische Gestaltung der Excel und Kategorisierung der gefundenen Fehler
- Automatische Bezeichnung der ausgegebenen Excel-Tabelle gemäß der Input-Datei

Plattformunabhängige KI-Assistenten

Flexibel integrierbar in Ihre Systemlandschaft

Unsere Lösungen integrieren sich nahtlos in Ihre bestehende IT- und Sicherheitsarchitektur und berücksichtigen Compliance- und Governance-Vorgaben.

Sie können wählen, ob Sie eine neue Plattform mit uns einführen – z. B. nuwacom – oder unsere Assistenten in Ihren bereits genutzten Systemen wie Microsoft Copilot, eigenen Company-LLM-Lösungen oder anderen Enterprise-Umgebungen einsetzen.

- **Fachlich abgestimmte KI-Assistenten, die Ihre Unternehmensprozesse verschlanken**
- **Voll flexibel – unabhängig von der Plattform**
- **Sicher eingebettet in Ihre Infrastruktur**

KI-Beratung

Praxis Session



Jannis Benezeder

Senior Consultant Sustainability
RYZE Digital

j.benezeder@ryze-digital.de
+49 151 617 32 422



Amelie Mißner

Geschäftsfeldleitung CCR
RYZE Digital

a.missner@ryze-digital.de
+49 152 03 27 78 62

Angebot

Kostenloses einstündiges
Beratungsgespräch zu KI-Nutzung
im Reporting

QR scannen und
per E-Mail anfragen



07

GEO

Sichtbarkeit im Reporting

Das neue Suchzeitalter

Paradigmenwechsel in der Informationssuche

KLASSISCHE SUCHMASCHINEN

(Google, Bing) basieren auf Indexierung, Ranking und Klickpfaden.

GENERATIVE SYSTEME

(ChatGPT, Perplexity, Gemini, Copilot) hingegen verstehen, verknüpfen und formulieren.

Nutzerinnen und Nutzer erwarten **Antworten**, nicht mehr nur **Links**. Die Suche wird zu einem **Dialog**.

Das verändert alles:

von der Sichtbarkeit über die Nutzererfahrung bis zur Erfolgslogik.

Was bedeutet das für uns?

In der Vergangenheit konnten sich autoritätsstarke Unternehmen sicher sein, dass wichtige Informationen direkt von Ihrer Seite oder aus ihrem Bericht übernommen werden.

KI-Modelle ziehen aber Informationen aus unterschiedlichen Quellen zusammen und bilden daraus eine Antwort.

Um optimale Chancen zu haben das Narrativ auch in diesem System zu bestimmen, müssen wir die bestmöglichen Informationen bereitstellen.

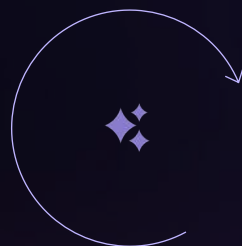
Reality Check

TRATON HAUPTAUSSAGE WEBSITE

In einem Umfeld voller Herausforderungen bleibt die TRATON GROUP ihrem Purpose treu:

Transforming Transportation Together. For a sustainable world.

Gemeinsam mit unseren Mitarbeitern und Partnern weltweit gehen wir auf diesem Weg weiter entschlossen voran – mit klarem Fokus auf die Bedürfnisse unserer Kunden und auf nachhaltige Transportlösungen.



PROMPT

Bewerte das Geschäftsjahr 2025 von Traton aus der Sicht von Analysten und Investoren in 4 Sätzen

ANTWORT

Aus Sicht von Analysten und Investoren war 2025 für die TRATON ein zyklisch schwieriges Jahr, geprägt von einer schwächeren Nachfrage in Nordamerika und Brasilien sowie Unsicherheiten durch US-Zölle, was zu einer Senkung der Jahresprognose führte.

Gleichzeitig wurde positiv bewertet, dass der Auftragseingang trotz des schwierigen Marktumfelds um 7 % stieg – in Europa sogar um 32 % – was auf eine solide Nachfragebasis für die kommenden Jahre hindeutet. Kritisch gesehen wurden der Rückgang von Umsatz, operativem Ergebnis und Marge, die deutlich unter den Rekordwerten des Vorjahres lagen.

Insgesamt bewerten viele Investoren TRATON als operativ robust und strategisch gut positioniert, sehen die Aktie aber weiterhin stark von der Entwicklung des globalen Lkw-Marktes und der Konjunktur abhängig.

Technische & strukturelle Optimierung

Von Seite zu Wissensseinheit (Entität)

ZIEL

Inhalte so strukturieren, dass Maschinen sie eindeutig interpretieren und verknüpfen können.

ERFOLGSFAKTOREN

- Schema.org-Integration für maschinenlesbare Struktur
- klare Zuordnung zu Entitäten (Produkt, Marke, Kategorie)
- Basis für semantische Verknüpfung in Wissensgraphen

```
{
  "@context": "https://schema.org",
  "@type": "Product",
  "name": "PowerCell S10",
  "brand": {
    "@type": "Organization",
    "name": "Energrid Systems",
    "url": "https://www.energrid.com"
  },
  "category": "EnergyStorage",
  "energyCapacity": "10 kWh",
  "application": "Residential and small commercial buildings",
  "material": "Lithium Iron Phosphate",
  "url": "https://www.energrid.com/products/powercell-s10",
  "sameAs": [
    "https://en.wikipedia.org/wiki/Lithium_iron_phosphate_battery",
    "https://www.cleanenergywiki.org/powercell-s10"
  ],
  "releaseDate": "2025-01-15",
  "description": "Der modulare Energiespeicher PowerCell S10 von Energrid System"
}
```

Inhaltliche Optimierung

Von Text zu semantisch klarer Antwort

ZIEL

Inhalte so formulieren, dass sie von KI-Systemen eigenständig verstanden und als Antwort wiedergegeben werden können.

ERFOLGSFAKTOREN

- eindeutige Entitäten (Produkt, Hersteller, Technologie, Anwendung)
- kontextreich (technische Daten & Einsatzgebiet)
- antwortfähig (liefert konkrete Fakten statt Werbesprache)

VORHER

Unsere innovativen Speicherlösungen bieten maximale Flexibilität und Energieeffizienz für moderne Anwendungen.

NACHHER (GEO-OPTIMIERT)

Der modulare Energiespeicher **PowerCell S10** von **Energrid Systems** speichert bis zu **10 kWh Strom** und wird in **Wohngebäuden und kleinen Gewerbeanlagen** eingesetzt. Die Lithium-Eisenphosphat-Technologie ermöglicht über **6.000 Ladezyklen** bei hoher Sicherheit.

Frequently Asked Questions

Stabilus Group

What is Stabilus (Stabilus SE, Stabilus Group)? 

When was Stabilus founded and how has the company developed? Where can I find historical information of the group's development? 

Which companies and brands belong to Stabilus? 

What is the Stabilus Group's geographical footprint? 

How many people work at Stabilus?  

Board Beispiel

RYZE DIGITAL

GEO-Report (letzte 7 Tage)

Thema

Tag

KI-Modell

17.06.2026 - 23.06.2026

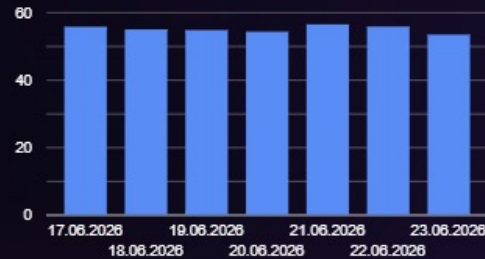
Sichtbarkeit

12,0



Sentiment

55,1



Position

3,4



Prompts	Position	Sentiment	Share of Voice	Sichtbarkeit	% Δ
Welche Unternehmen fertigen hochbelastbare Schmiedekomponenten für E-Fahrzeuge?	4	56	14	32	-
Welche Zulieferer produzieren Schmiedeteile für Fahrwerk und Antriebsstrang?	4	53	12	31	-
Welche Anbieter beliefern OEMs mit Präzisionsschmiedeteilen?	4	55	8	26	-
Welche Hersteller bieten hochwertige Messinglegierungen für Sanitär Anwendungen?	2	58	7	25	-
Wer sind führende Anbieter von Präzisionsschmiedeteilen für die Automobilindustrie?	5	57	8	25	-
Wer sind die wichtigsten Schmiedetechnik-Anbieter in Europa?	6	52	12	24	-
Welche Unternehmen entwickeln innovative Schmiedelösungen für Automotive-Anwendungen?	3	57	10	23	-
Wer sind die führenden Hersteller von Messinghalbzeugen in Europa?	3	54	6	19	-
Welche Unternehmen sind führend bei bleifreien Messinglegierungen?	2	53	6	19	-
Welche Werkstofflieferanten werden in der Sanitärindustrie empfohlen?	2	56	4	15	-

Board Beispiel

RYZE DIGITAL

Wettbewerber

Thema

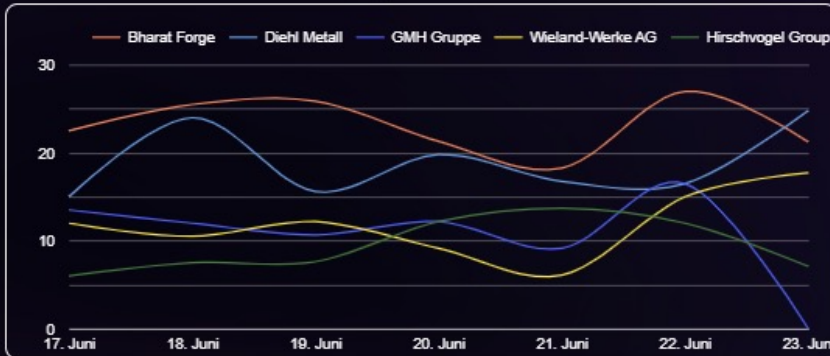
Tag

KI-Modell

17.06.2026 - 23.06.2026



Sichtbarkeit: Prozentsatz der Markennennungen in Chats



Wettbewerber: Marken mit der höchsten Sichtbarkeit

Marke	Position	Share of Voice	Sentiment	Sichtbarkeit	Δ
Bharat Forge	2.872037914...	40.136054421768705	55.532218...	24	-
Diehl Metall	3.535791757...	17.12018140589569	55.141876...	17,38	-
Wieland-Werk...	2.054794520...	8.616780045351474	54.408708...	10,99	-
GMH Gruppe	4.594594594...	12.585034013605442	54.629088...	10,84	-
Hirschvogel G...	4.082191780...	8.616780045351474	56.385090...	10,55	-
Otto Fuchs	6.510204081...	6.802721088435375	54.403262...	6,94	-
Wieland Group	2.558823529...	6.122448979591836	54.663681...	4,82	-

Prompt	Wieland-Werke AG	Wieland Group	Otto Fuchs	Hirschvogel Group	GMH Gruppe	Diehl Metall	Bharat Forge
Wer sind führende Anbieter von Präzisionsschmiedeteilen für die Automobilindustrie?	0	0	16,67	27,78	55,56	16,67	50
Wer sind die wichtigsten Schmiedetechnik-Anbieter in Europa?	0	0	31,58	10,53	36,84	15,79	73,88
Wer sind die führenden Hersteller von Messinghalbzeugen in Europa?	42,11	26,32	0	0	0	73,88	0
Wer sind die führenden Galvanik-Dienstleister in Europa?	0	0	0	0	0	5,28	0
Welche Zulieferer produzieren Schmiedeteile für Fahrwerk und Antriebsstrang?	0	0	20	55	10	0	80
Welche Werkstofflieferanten werden in der Sanitärindustrie empfohlen?	42,11	5,26	10,53	0	0	21,05	0

Board Beispiel

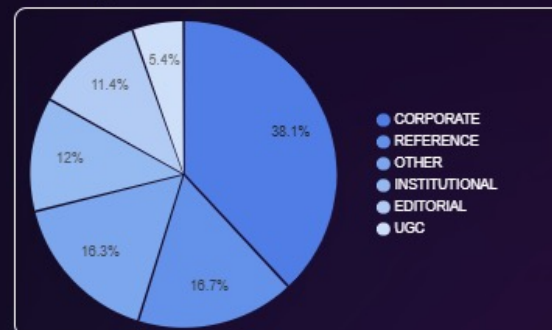
RYZE DIGITAL

Quellen

Thema Tag KI-Modell 17.06.2026 - 23.06.2026

Brand	Thema / Sichtbarkeit		
	DMF	DMA	DBS
Bharat Forge	06,89	0	0
Diehl Metall	8,11	3,52	39,40
GMH Gruppe	33,11	0	0
Wieland-Werke AG	0	1,68	29,3
Hirschvogel Group	27,7	0	0
Otto Fuchs	16,22	0,83	1,27
Wieland Group	0,68	0	10,83

Domain-Typen



URL	Typ	# Zitationen	Retrieval	Retrieval %	Quellennutzung
otto-fuchs.com/en/competences/processes/manufacturing-processes	PRODUCT_PAGE	4	1	0,24	0
reddit.com/r/u_NervousFarm9589/comments/vn4r9r	OTHER	4	1	0,24	0
wieland.com	HOMEPAGE	3	1	0,24	0
sms-group.com/en-us/press-and-media/press-releases/press-release-detail/sms-group-supplies-high-tech-isothermal-forging-mod...	OTHER	3	1	0,24	0
3print.com/rosswag-wins-neo-innovation-award-for-new-metal-arm-materials-1553978	OTHER	3	1	0,24	0
inter-connection.eu/contact-finish-electroplating	OTHER	3	1	0,24	0
qforge.com/emtec-award	OTHER	3	1	0,24	0
electrical-contacts-wiki.com/index.php/Naturharte_Kupfer-Legierungen	ARTICLE	3	1	0,24	0
umweltbundesamt.de/themen/wasser/trinkwasser/trinkwasser-verteilen	HOW_TO_GUIDE	3	1	0,24	0
ms-silicon.de/ms-sil/sanitaerindustrie	OTHER	3	1	0,24	0
schuerfeld-gmbh.de	HOMEPAGE	2,33	3	0,71	0
deutsch-gmbh.de	HOMEPAGE	2,14	7	1,66	0
nipponpaints.eu	HOMEPAGE	2	1	0,24	0

GEO für PDF-Geschäftsberichte

Drei Hebel, geordnet nach Wirkung – warum strukturierte Finanzdaten in die HTML-Welt gehören

HTML-Begleitversion

Semantisch sauberes HTML statt PDF-Nachbau: echte Tabellen, stabile Deep-Link-URLs, Schema.org-Markup und Inline-XBRL tragen die Finanzdaten bereits maschinenlesbar. LLMs crawlen, verstehen und zitieren HTML deutlich zuverlässiger – und für eigene RAG-Pipelines ist der iXBRL-Fact-Layer der präzise Zugriffspunkt auf Kennzahlen.

Tagged PDF & Volltext

Strukturierte PDF-Tags (PDF/UA), saubere Heading-Hierarchie, korrekte Lesereihenfolge und durchsuchbarer Volltext statt Bildscans. Erst damit werden PDF-Inhalte für LLMs überhaupt extrahierbar – inklusive getaggtter Tabellen und Alt-Texte für Grafiken.

Sichtbarer Kontext & Metadaten

Identifizierender Kontext (Unternehmen, Berichtsjahr, ISIN) sichtbar im Text statt nur im unsichtbaren XMP, dazu sprechende Dateinamen und URLs. Das verbessert Auffindbarkeit und korrekte Zuordnung – der eigentliche Metadaten-Hebel liegt im sichtbaren DOM und in Schema.org, nicht im PDF-XMP.

Mehr Sichtbarkeit in KI-Antworten

RYZE unterstützt Sie vom Start bis zur Umsetzung

In einem praxisnahen Workshop erarbeiten wir gemeinsam Strategien zur Integration von GEO in Ihre Strukturen.



Marc Lambauer

Geschäftsfeldleitung Digital Marketing

RYZE Digital

m.lambauer@ryze-digital.de

+49 172 212 04 27

Exklusiv bieten wir
**kostenlose GEO-Checks plus
individuelles Dashboard** an.
Die ersten 3 Anfragen gewinnen!

Anmeldung erfolgt über den QR-Code.



DVSE
DVSE
RYZE
KISE
KISE

Ihr Reporting. Weiter gedacht.

Gemeinsam bringen wir Ihre Berichterstattung weiter.



Philipp Mann

CEO
RYZE Digital
p.mann@ryze-digital.de



Amelie Mißner

Mitglied der Geschäftsfeldleitung Reporting
RYZE Digital
a.missner@ryze-digital.de



Jacqueline Reuter

Director Marketing & Business Development
RYZE Digital
j.reuter@ryze-digital.de



Johannes Tappmeier

Director Marketing & Business Development
RYZE Digital
j.tappmeier@ryze-digital.de

DVSE
DVSE
RYZE
KILE
KILE

