

Fachmeldung

Außergewöhnlich in der Routine

Wie Unternehmen dem Geschäftsbericht das gewisse Etwas verleihen

(Lutherstadt Wittenberg) Nicht täglich, sondern jährlich grüßt das Murmeltier, wenn es für die Leiter eines Unternehmens oder Konzerns wieder heißt: Geschäftsbericht erstellen und veröffentlichen. Nicht selten hängt diesem ein starrer oder förmlicher Charakter an. Lange, verschachtelte Sätze, komplizierte Fachwörter und Formulierungen und dazu noch ein unauffälliges Erscheinungsbild. „Aus diesem Darstellen von nackten Zahlen, Daten und Fakten kann man aber viel mehr machen“, betont Christian Radlbeck, Betriebsleiter von MUNDSCHEMK Druck+Medien, Dienstleister aus Lutherstadt Wittenberg. „Denn mit einem ansprechenden und unternehmensspezifischen Layout sowie einer hochwertigen Qualität von Papier und Druck kann aus dem trockenen Geschäftsbericht ein präsentables und vertriebsunterstützendes Instrument zur Imagepflege und zur Kundenbindung werden.“

Lästig, aber wichtig

Ein Geschäftsbericht ist streng genommen nichts anderes als das Aneinanderreihen von Zahlen und Fakten, um das vergangene Geschäftsjahr Revue passieren zu lassen. Für viele Unternehmer eine lästige Pflicht, ist sie dennoch eine Art Zeugnis für den Erfolg des Unternehmens, das bestehenden Stakeholdern vorgelegt wird, und gleichzeitig eine Bewerbungsmappe für potenzielle Investoren, Geschäftspartner und Neukunden. Kurzum: Neben Kundenmagazinen, Broschüren, der Website und Visitenkarten hat auch der Geschäftsbericht das Potenzial zu einem prägenden und einflussreichen Imageprodukt. „Das gilt im Übrigen nicht nur für die Konzerne und großen Unternehmen“, so Christian Radlbeck. „Auch kleinere Unternehmen und Organisationen können ihren Bericht wirkungsvoll zur Imagepflege einsetzen.“ Neben dem Inhalt spielt die visuelle Gestaltung und die Druckqualität eine zentrale Rolle. „Das Auge isst ja bekanntlich mit“, weiß Radlbeck aus der Praxis.

Layout und Gestaltung: Mehr als Logo und Unternehmensfarben

Ein Geschäftsbericht sollte in jedem Fall im Rahmen des Corporate Designs und der Corporate Identity verfasst, gestaltet und produziert sein. „Gerade in puncto Layout und Gestaltung können die Unternehmen auch über das Logo und die unternehmensspezifischen Farben hinaus denken. Schließlich gibt es dafür nahezu keine Vorgaben, die Unternehmen haben in der Regel freie Hand“, so Christian Radlbeck. „Dieser Hinweis ist gar nicht mal so weit hergeholt, denn erstaunlicherweise unterscheidet sich ein Großteil der Berichte, die wir bisher gesehen haben, kaum voneinander.“ Aspekte, die den Geschäftsbericht aber garantiert unter vielen herausstechen lassen, sind die Typografie, die Bebilderung, grafische Elemente sowie ein optisch übersichtlich gehaltener Aufbau. „Nur mit der Gestaltung ist es allerdings nicht getan - vor allem, wenn Unternehmen den Geschäftsbericht nicht nur per Mail versenden oder auf der Website veröffentlichen, sondern auch in gedruckter Form zur Verfügung stellen wollen“, informiert Radlbeck. In Zeiten der Digitalisierung geht der Trend zwar dahin, dass viele Führungspersönlichkeiten auf den Geschäftsbericht in Printform verzichten - jedoch rät der Betriebsleiter davon ab. Gerade in der B2B-Kommunikation haben Werbemittel und Broschüren in Printform nach wie vor einen hohen Wert und Wirkungsgrad. „Und hier steht und fällt das fertige Produkt mit der Druckqualität und dem dazu in Anspruch genommenen Dienstleister.“

Versteckte Botschaften durch Papier und Veredelung

Dabei sollten Unternehmen keine halben Sachen machen: entweder mit einer hohen Qualität oder gar nicht. Grund: Allein schon über die Druckqualität werden dem Empfänger auf subtile Art und Weise Informationen übermittelt, die Rückschlüsse auf das Unternehmen und deren Marke zulassen. Christian Radlbeck ergänzt: „Unternehmen in der Umweltwirtschaft oder soziale Institutionen machen sich zum Beispiel glaubwürdiger, wenn sie auf unbehandeltem Naturpapier drucken. Anders hingegen ist es bei Unternehmen im Luxusgüterbereich, die ihrem Image gemäß gut und gern auf glänzendes Papier setzen können.“ Ein weiterer Qualitätstreiber ist die Art der Veredelung, die beispielsweise auf der Titelseite des Geschäftsberichts zum Einsatz kommen kann: Hier gibt es eine große Bandbreite an Möglichkeiten im Rahmen von Lackierungen, Prägungen und Stanzungen. „Druckerzeugnisse können so haptisch sehr interessant aufbereitet werden“, meint Radlbeck. Egal, wofür sich die Unternehmen entscheiden und wie frei sie in der Umsetzung des Jahresberichts sind: In jedem Fall muss sich die Identität und das spezifische Erscheinungsbild der Organisation oder des Unternehmens wiederfinden.

Außen hui, innen pfui? Auch mit Inhalt und Sprache überzeugen!

„Nichtsdestotrotz sind Gestaltung und Druck keineswegs ein Allheilmittel“, betont der Betriebsleiter vom Wittenberger Unternehmen MUNDSCHEMK. „Und erst recht dürfen sie nicht über das Wesentliche für Investoren, künftige Geschäftspartner und bestehende Stakeholder hinwegtäuschen: den Inhalt.“ Auch hier gibt es wichtige Regeln zu beachten. So lassen viele Berichte eine einfache und direkte Sprache vermissen. Zu lange und mit Informationen überfrachtete Sätze sorgen dafür, dass die Leser abschalten und etwaige interessante Informationen überlesen. Die Lösung sind kurze, prägnante Sätze, die leicht zu verstehen sind und relevante Informationen auf den Punkt bringen. „Richtig blamieren können sich die Unternehmen, wenn der Geschäftsbericht von Grammatik- und Rechtschreibfehlern nur so wimmelt“, berichtet Radlbeck. Anders als viele andere Druckdienstleister bietet das Wittenberger Unternehmen MUNDSCHEMK Druck+Medien ein zuverlässiges Korrektorat an. Aufatmen ist für die Unternehmer dann oft in dem Moment angesagt, wenn der fertige Geschäftsbericht sowohl sprachlich und inhaltlich als auch gestalterisch einwandfrei fertiggestellt ist. Nun gilt es, das Druckerzeugnis an die Stakeholder sowie potenziellen Investoren und Geschäftspartner zu versenden. Auch dafür ist bei MUNDSCHEMK mit dem hauseigenen Lettershop gesorgt: Hierunter erstreckt sich das Serviceportfolio von dem Aufbereiten der Adressdatenbank über die personalisierte Etikettierung und Übergabe an die Post bis hin zur Retourenbearbeitung. „Als zertifizierter Partner der Deutschen Post können wir die Garantie geben, dass unser Service zuverlässig ist und wir die technisch anspruchsvollen Auflagen für den Versand erfüllen.“

Alle Leistungen aus einer Hand

Gestalten, Korrektur lesen, drucken, veredeln, zu verschiedenen Formaten weiterverarbeiten und personalisiert versenden: Die Kunden können sich darauf verlassen, dass sie alle Leistungen für die Produktion eines Geschäftsberichtes bei dem Druck- und Medienhaus MUNDSCHEMK in Anspruch nehmen können. „Nur den Geschäftsbericht schreiben, das müssen die Unternehmen immer noch selbst“, so Radlbeck mit einem Schmunzeln. „Wir achten darauf, dass das Zusammenspiel aus Inhalt und Optik stimmt und der Produktionsablauf insgesamt unkompliziert, professionell und in laufender Absprache mit unseren Kunden erfolgt. Diesen Anspruch stellen wir täglich an unsere insgesamt service- und leistungsorientierte Arbeit.“

Weitere Informationen finden Sie unter www.dm-mundschenk.de

Kurzprofil des Unternehmens

MUNDSCHEMK Druck+Medien ist ein vollstufiges Medienunternehmen mit Sitz in der Lutherstadt Wittenberg. Es wurde 1896 gegründet. Heute leiten Jürgen und Martina Radlbeck dieses Unternehmen in dritter Generation. Die Angebotspalette reicht von Gestaltung, Satz, Druck und Veredelung verschiedener Printprodukte über den Lettershop bis hin zum neuen Geschäftsbereich Stickpack Service - einer umfassenden Dienstleistung für Warenproben. Zu den Kunden gehören namhafte Verlage, Agenturen, Banken sowie Handwerks- und Industrieunternehmen verschiedener Branchen.

Kontakt:

MUNDSCHEMK Druck+Medien
J. u. M. Radlbeck GbR
Christian Radlbeck
Betriebsleiter
Mundschenkstraße 5
06889 Lutherstadt Wittenberg
T +49 (0) 34920.701 0
F +49 (0) 34920.701 199
service@dm-mundschenk.de
www.dm-mundschenk.de