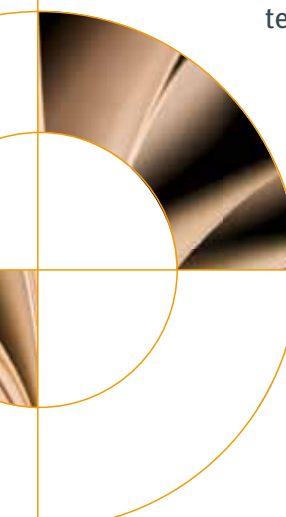


Symposium Unternehmensberichte

2010

am 22. und 23.9.2010 in Frankfurt am Main



Die Welt der Unternehmensberichterstattung hat in den letzten Jahren spürbar an Komplexität gewonnen. Multimedialität hat sich vom Schlagwort zum gesetzlich forcierten Standard entwickelt. Unternehmensberichte werden nicht nur gedruckt und über die Unternehmenswebsite veröffentlicht, sondern auch über die Website der Börse und in spezifischen XML-Formaten auch über den elektronischen Bundesanzeiger zugänglich gemacht. Die verantwortlichen Abteilungen haben zudem einen erweiterten inhaltlichen sowie rechtlichen Rahmen abzudecken. Neben den immer differenzierteren finanziellen Daten müssen sie verstärkt Informationen aus den Bereichen Corporate Governance, Risk Management, Nachhaltigkeit usw. aufbereiten. Gleichzeitig muss eine optische und inhaltliche Differenzierung eines Unternehmens erreicht werden. Geeignete Konzepte, eingesetzte Schriften, gestaltete Infografiken werden immer wichtiger. Daher kann es sich die Unternehmenspublizität nicht erlauben, auf ein charakteristisches Konzept und Layout zu verzichten – auch weil sie damit eventuell die Komplexität des Erstellungsprozesses reduzieren kann.

Dazu kommt der sehr umfassende Aufwand, die Inhalte der Publikationen im Unternehmen abzustimmen und von unterschiedlichen Dienstleistern gestalterisch aufbereiten und immer wieder anpassen zu lassen. Der enge zeitliche Rahmen für die Ausführung stellt zunehmend jedes Jahr eine Herausforderung dar. Vermehrter Kostendruck mit gleichzeitigem Augenmerk auf nachhaltige Produktion erhöhen noch den Schwierigkeitsgrad. Das alles erfordert von den verantwortlichen Personen ein hohes Maß an Know-how und Organisationstalent.

Daher heißt das Schwerpunktthema in diesem Jahr wieder:

Trends und Möglichkeiten der Prozessoptimierung bei der Erstellung von Unternehmensberichten

Zum fünften Mal in Folge wendet sich das Symposium Unternehmensberichte insbesondere an Manager aus den Bereichen Investor Relation und Corporate Communication um diese Hilfestellung im immer dichter werdenden Dschungel aus rechtlichen, technischen und inhaltlichen Anforderungen und Möglichkeiten zu geben. Damit bietet der Fachverband Medienproduktionshersteller auch eine Plattform zum Informationsaustausch für Unternehmensvertreter, Finanzspezialisten, Kreativ- und IR-Agenturen, Kommunikationsdesigner, Corporate Publisher, Druckereien, Medienproduktionshersteller und Systemanbieter. In Vortragsrunden und Podiumsdiskussionen werden Ideen und Lösungen diskutiert und die unterschiedlichen Aspekte der Unternehmensberichterstattung beleuchtet. Dabei nähern wir uns dem Produkt aus unterschiedlichen Perspektiven. Seien es die Investoren als „Kunden“ der Berichterstattung, die Agenturen und Drucker als „Macher“ oder die IT-Experten als „Vehikel“ – sämtliche Stationen im Erstellungsprozess und deren Verzahnung werden durchleuchtet.