



14

Trends 8

Dachverband Media Forum Europe:
Ein Markt von 8,5 Milliarden Euro 13

Geschäftsberichte

Die Kür der Unternehmenskommunikation 14
Eine Vielzahl von Unternehmen publizieren
auf freiwilliger Basis Unternehmensberichte

Der Geschäftsbericht ist die Visitenkarte des Unternehmens 15
Als Königsdisziplin in der Unternehmenskommunikation
haben Geschäftsberichte vielfältige Funktionen

DAX30-Unternehmen setzen auf Online-Geschäftsberichte 20
Zum dritten Mal führt die Kirchhoff Consult AG eine
Analyse der Online-Geschäftsberichte der deutschen
DAX30- und MDAX-Unternehmen durch

Die Sprache spiegelt Kompetenz und Glaubwürdigkeit wider 22
Prof. Dr. Rudi Keller über die Wirkung der Sprache
in Geschäftsberichten

„Originalität um ihrer selbst Willen erzielt keine Wirkung“ 26
Interview mit Dr. Christian Fill, Geschäftsführer
BurdaYukom Publishing, über die Herausforderungen
bei der Erstellung von Geschäftsberichten

f:mp Medienproduktionspreis Unternehmensberichte 2010 29
Der Sieger kommt aus Oldenburg

Ausgezeichnete Unternehmensberichte 30
Zum diesjährigen BCP Award wurden 51 Unternehmens-
berichte eingereicht, davon wurden neun nominiert



22

Best Practice

Staunen in der Königsklasse des Corporate Publishing 32
Hoffmann und Campe Corporate Publishing betreut als
langjähriger Verlagsdienstleister des Essener Konzerns
Evonik Industries dessen Premium-Medium:
das EVONIK-MAGAZIN

Mit Kommunikation Brücken bauen 62
Viele Kundenzeitschriften landen im Papierkorb,
weil sie Leserbedürfnisse missachten. Nicht so die
CARGO TIME: Das von kiosk:mediendienste erstellte
Magazin erhielt bei einer Leserumfrage Bestnoten



29

CP | MONITOR

MAGAZIN FÜR CORPORATE COMMUNICATIONS

Bildagenturen

entdecken Corporate Publishing als
Geschäftsbereich

Special Bildagenturen

CP-Kunden sind Vollprofis Wie sich Bildagenturen auf Kunden aus dem Bereich Corporate Publishing einstellen	3
Den Kinderschuhen entwachsen Vor etwa zehn Jahren begannen Microstock-Agenturen den Bildermarkt mit günstigem und teils von Amateuren erstelltem Material zu revolutionieren	10
Spezialisiert oder vernetzt? Die umfassende Verfügbarkeit von Bildmaterial zwingt Bildagenturen dazu, sich von den Wettbewerbern abzusetzen	12
CPler-Umfrage: Klassische Bildagenturen vs. Microstock	14