



STORYTELLING in der digitalen Finanzberichterstattung

Prof. Dr. Henning Zülch

ACCOUNTING SUMMIT | 22. September 2021 | Berlin



HHL

LEIPZIG
GRADUATE SCHOOL
OF MANAGEMENT

CHAIR
OF ACCOUNTING
AND AUDITING

INHALTSVERZEICHNIS

01	Storytelling: Begriff und Bedeutung	03
02	Effektive Finanzkommunikation	08
03	Die Bedeutung der Digitalisierung für die Finanzkommunikation	13
04	Storytelling in der Praxis: Fallbeispiele	18
05	Fazit und Ausblick	28
06	Kontakt	31

01

Storytelling: Begriff und Bedeutung

Storytelling ist

“[...] die strategische Anwendung und Verbreitung von Stories in der Unternehmenskommunikation zur Erreichung definierter Ziele.“

Quelle: Annika Schach

Storytelling ist mehr als eine Geschichte

Es ist mittlerweile ein strategisches Element der Unternehmenskommunikation

- _ In den letzten Jahren hat sich Storytelling als zentrales Thema in verschiedenen Geschäftsbereichen herauskristallisiert - und es hat auch Einzug in die Unternehmensberichterstattung gehalten.
- _ Der eigentliche Zweck der **Unternehmensberichterstattung** ist natürlich die transparente Darstellung der Geschäftsentwicklung, der **Fokus auf Zahlen und Fakten**.



ABER: Der strategische Zweck von **Stories** ist nicht, die Fakten zu ersetzen, sondern sie zu **unterstützen**.

“Humans are not ideally set up to understand logic. They are ideally set up to understand stories.”

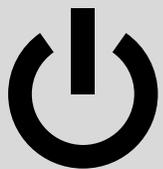
Quelle: Roger C. Schank

Storytelling ist die Geschichte hinter den Zahlen, Daten und Fakten

Die Vorteile des Storytelling sind vielschichtig

STORYTELLING

- _ ... macht komplexe Inhalte leicht verständlich und nachvollziehbar.
- _ ... kann helfen, die Aufmerksamkeit der Stakeholder zu lenken.
- _ ... macht faktenbasierte Geschichten authentischer, glaubwürdiger und unterhaltsamer.
- _ ... hat einen erheblichen Mehrwert, insbesondere wenn ausgewählte Story-Elemente auch ganzjährig kommuniziert werden.



"People don't buy what you do; people buy **why** you do it." Quelle: Simon Sinek

“Data with soul.”

Quelle: Brene Brown

02

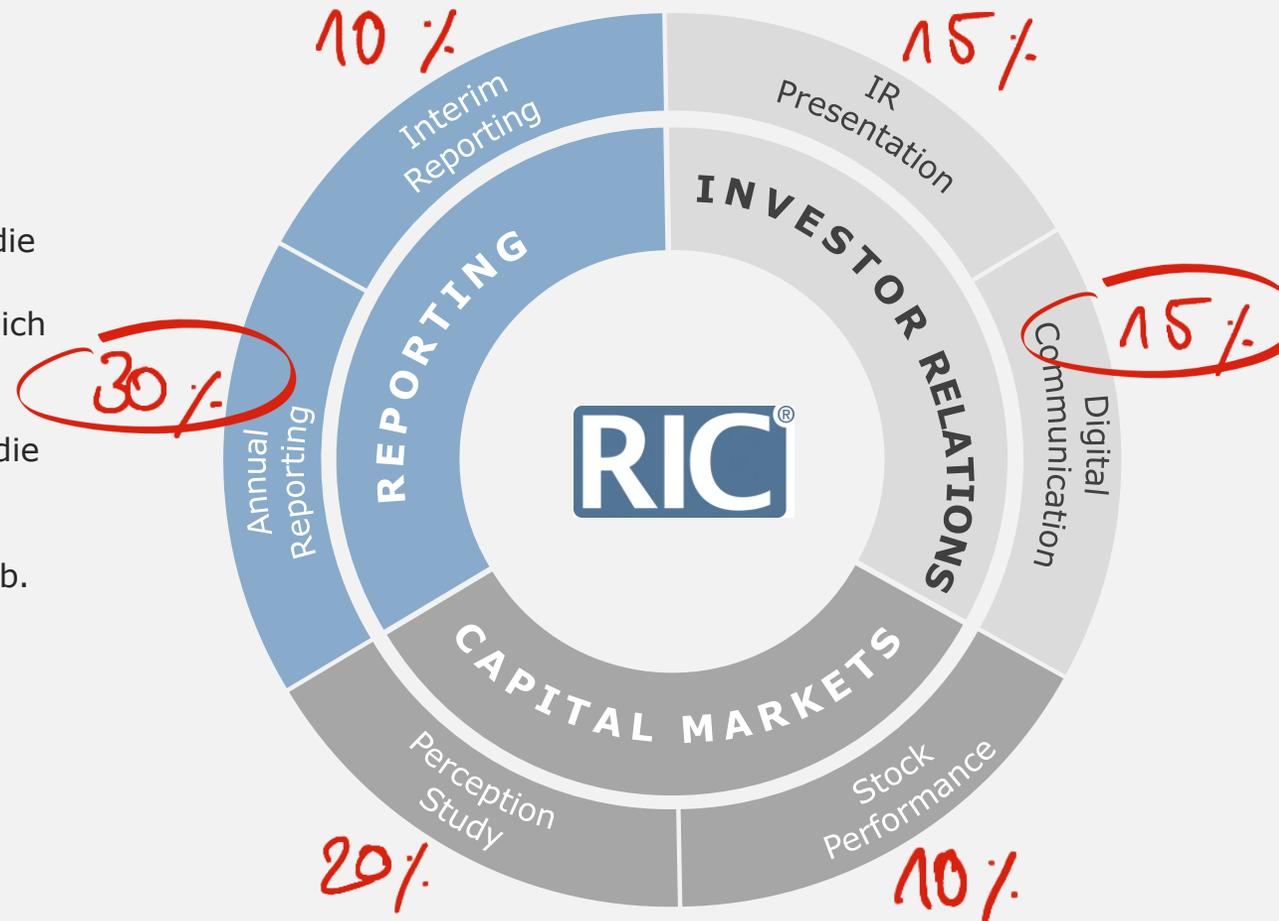
Effektive Finanzkommunikation

Das RIC-Modell

Effektive Kapitalmarktkommunikation erfasst ganzheitlich die Sender- und Empfängerperspektive

Die Betrachtung der Dimensionen **Reporting**, **Investor Relations** und **Capital Markets** erlaubt es, die Kapitalmarktkommunikation eines Unternehmens ganzheitlich zu beurteilen.

Das RIC-Modell deckt sowohl die **Sender-** als auch die **Empfängerperspektive** der Kapitalmarktkommunikation ab.



Die Dimension **Reporting** betrachtet die jährliche und unterjährige Berichterstattung.

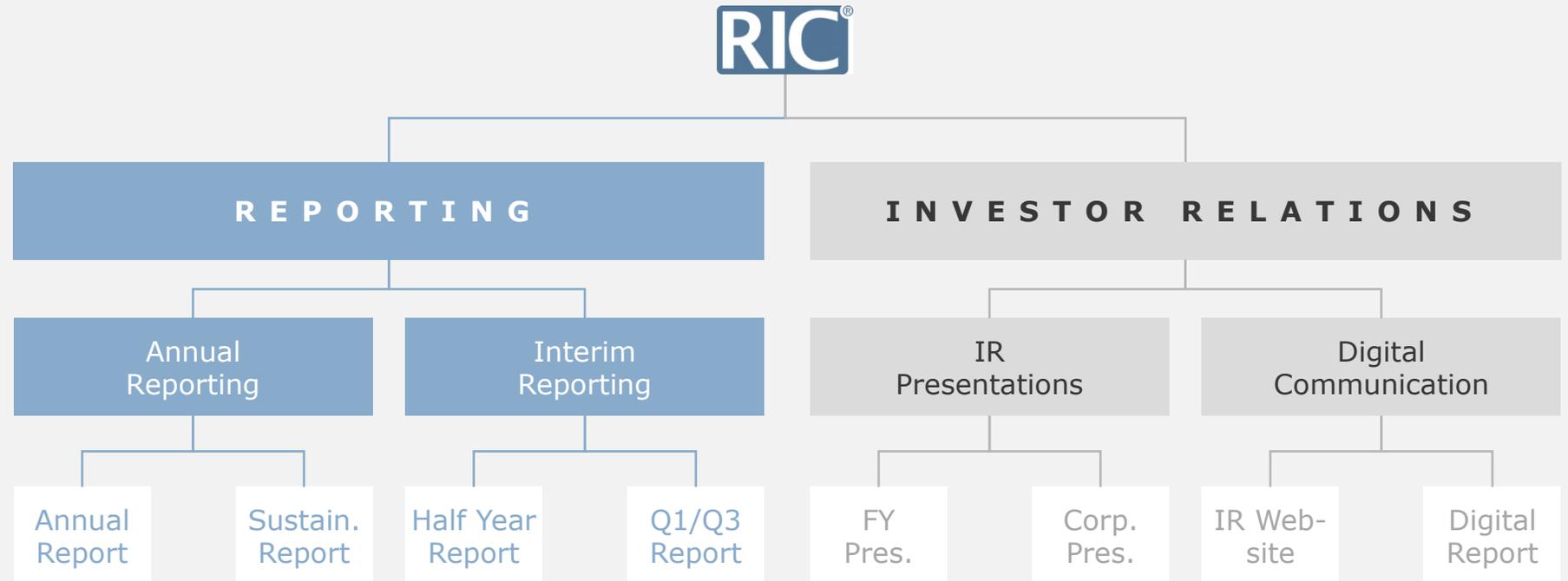
Die Dimension **Investor Relations** betrachtet wesentliche IR-Präsentationen sowie die Digitale Kommunikation.

Die Dimension **Capital Markets** betrachtet die Aktienperformance als auch die Wahrnehmung durch Analysten.

Das RIC-Modell

Die Bereiche Reporting und Investor Relations weisen ein breites Spektrum an relevanten Kommunikationsmedien

In die Analyse fließen wesentlich die Qualität des **Geschäftsberichts**, der **FY-Präsentation**, der **IR Website** sowie zahlreicher weiterer jährlicher und **unterjährlicher Reporting- und IR Medien** mit ein.



Das RIC-Modell

Die Informationsbereiche lassen sich in vier Kernthemen zusammenfassen

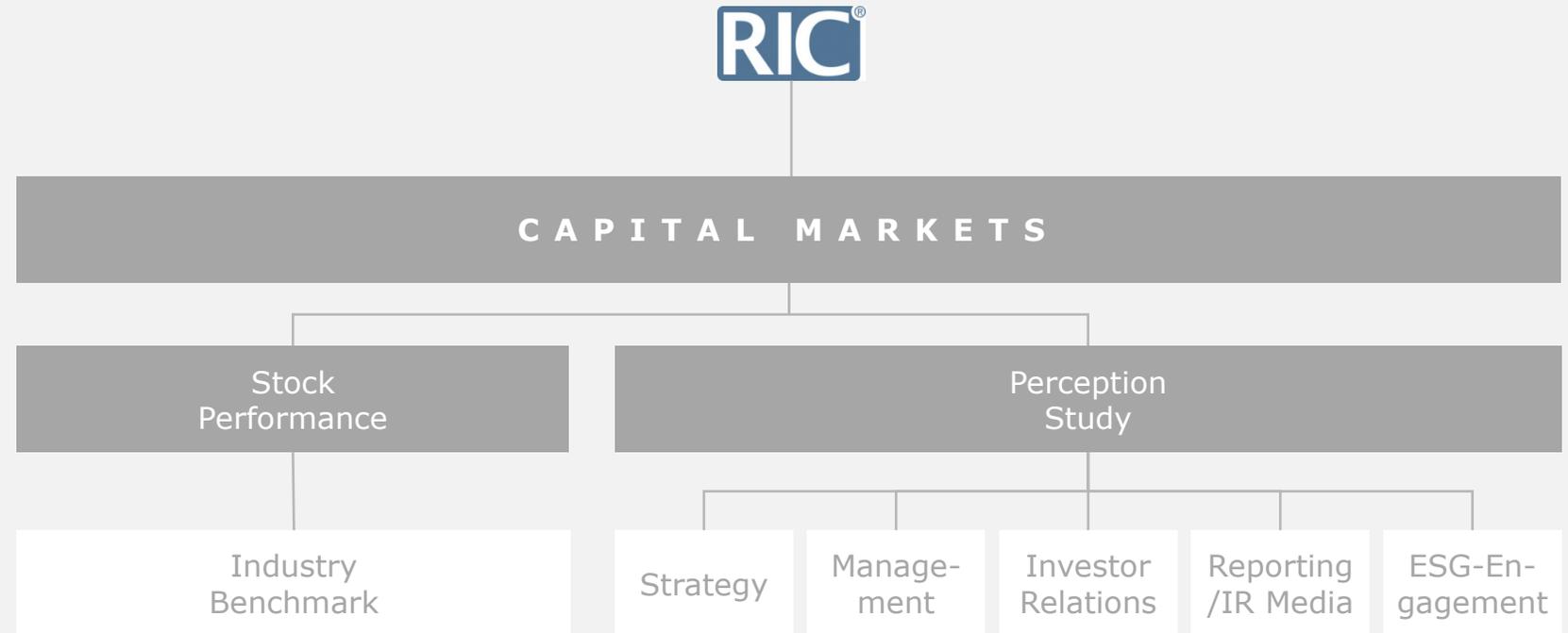
Die wesentlichen Inhalte der Analyse decken die Bereiche **Management**, **Financials**, **Non-Financials** sowie **Prospectives** ab. Darüber hinaus werden ausgewählte Sonderthemen abgefragt.

		Annual Reporting	Interim Reporting	IR Presentations	Digital Communication
MANAGEMENT	Business Model	✓	✓	✓	✓
	Value Management	✓	-	✓	✓
	Capital Markets	✓	✓	✓	✓
FINANCIALS	Results & Fin. Status	✓	✓	✓	✓
	Financial Statements	✓	✓	-	-
NON-FINANCIALS	CSR	✓	-	✓	✓
	Corporate Governance	✓	-	-	✓
PROSPECTIVES	Strategy	✓	✓	-	✓
	Chances/Risks	✓	✓	-	-
	Forecasts	✓	✓	✓	✓
SPECIAL		-	Quarterly Reporting	Equity Story	Website Functionality
		-	-	-	Digital Reporting

Das RIC-Modell

Aktienperformance und Analystenwahrnehmung werden den gesendeten Informationen gegenübergestellt

Die Aktienperformance des Unternehmens wird mit verschiedenen **Benchmarks** verglichen, Analysten bewerten die Strategie, das **Management**, die **IR-Abteilung** sowie die **Kommunikationsinstrumente** der Unternehmen.



03

Die Bedeutung der Digitalisierung für die Kapitalmarktkommunikation

Trends Digitalisierung | INVESTORS' DARLING 2021

Die Gesamtergebnisse für 2021 erlauben einen Einblick in die Praxis der Finanzkommunikation in DAX, MDAX und SDAX

GESAMTERGEBNISSE

DAX - MDAX - SDAX

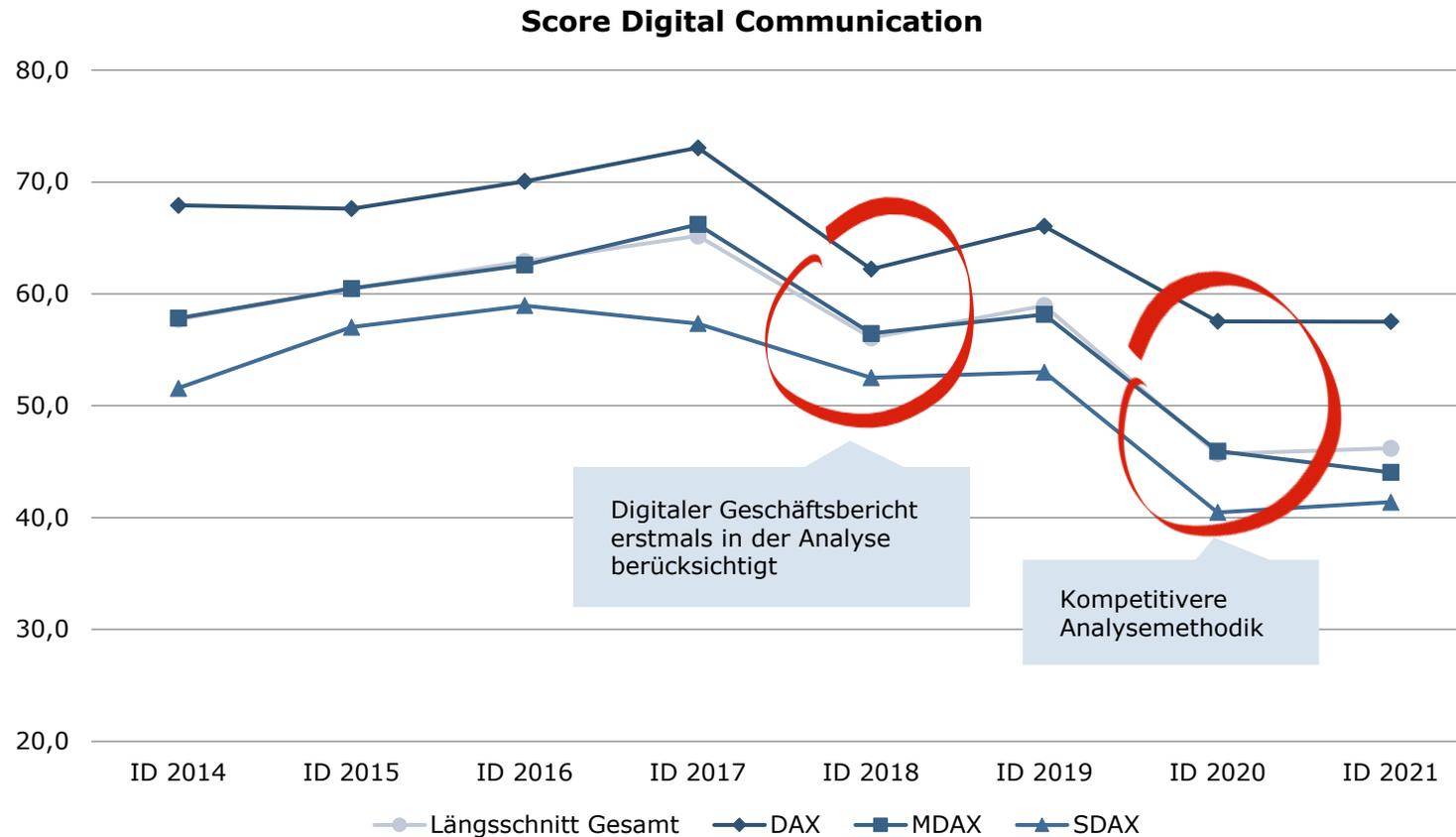
- Die **Gesamtergebnisse** werden **durch** die Performance der **DAX-Unternehmen** **getrieben**.
- Nach einem Rückgang im **RIC-Score** im letzten Jahr konnte **in 2021** wieder eine **Verbesserung** der Kommunikation beobachtet werden.
- Vielen Unternehmen **mangelt es** weiterhin an **guter digitaler Kommunikation**.
- Die **DAX-Unternehmen** sind hier in einer Vorreiterrolle unterwegs, aber gerade die **SDAX-Unternehmen** müssen hier an ihrer Kommunikation arbeiten.



	DAX	MDAX	SDAX	Gesamt
REPORTING	63%	54%	52%	53%
(r.1) Annual Reporting	65%	54%	53%	54%
(r.2) Interim Reporting	59%	54%	51%	52%
INVESTOR RELATIONS	57%	49%	45%	48%
(i.1) IR Presentations	59%	56%	53%	54%
(i.2) Digital Communication	55%	42%	38%	43%
CAPITAL MARKETS	63%	62%	62%	61%
(c.1) Performance	47%	50%	49%	46%
(c.2) Perception Study	72%	68%	69%	69%
RIC-Score	62%	55%	53%	54%

Trends Digitalisierung | INVESTORS' DARLING 2021

Die Digital Communication entwickelt sich in acht Jahren sowohl im Markt als auch im Wettbewerb stark weiter



1

Im Zeitverlauf ist seit 2018 eine **Verschlechterung** erkennbar, die insb. auf die **härtere Analysemethodik** zurückzuführen ist.

2

Unternehmen haben sich bzgl. der **IR-Website gut bis sehr gut** aufgestellt. **Aber:** Dies ist **nur ein relevanter Kanal**.

3

Im Jahr 2021 sind leichte Verbesserungen zu beobachten. Dennoch bleibt festzustellen: Die **Digitale Kommunikation** ist **verbesserungswürdig!**

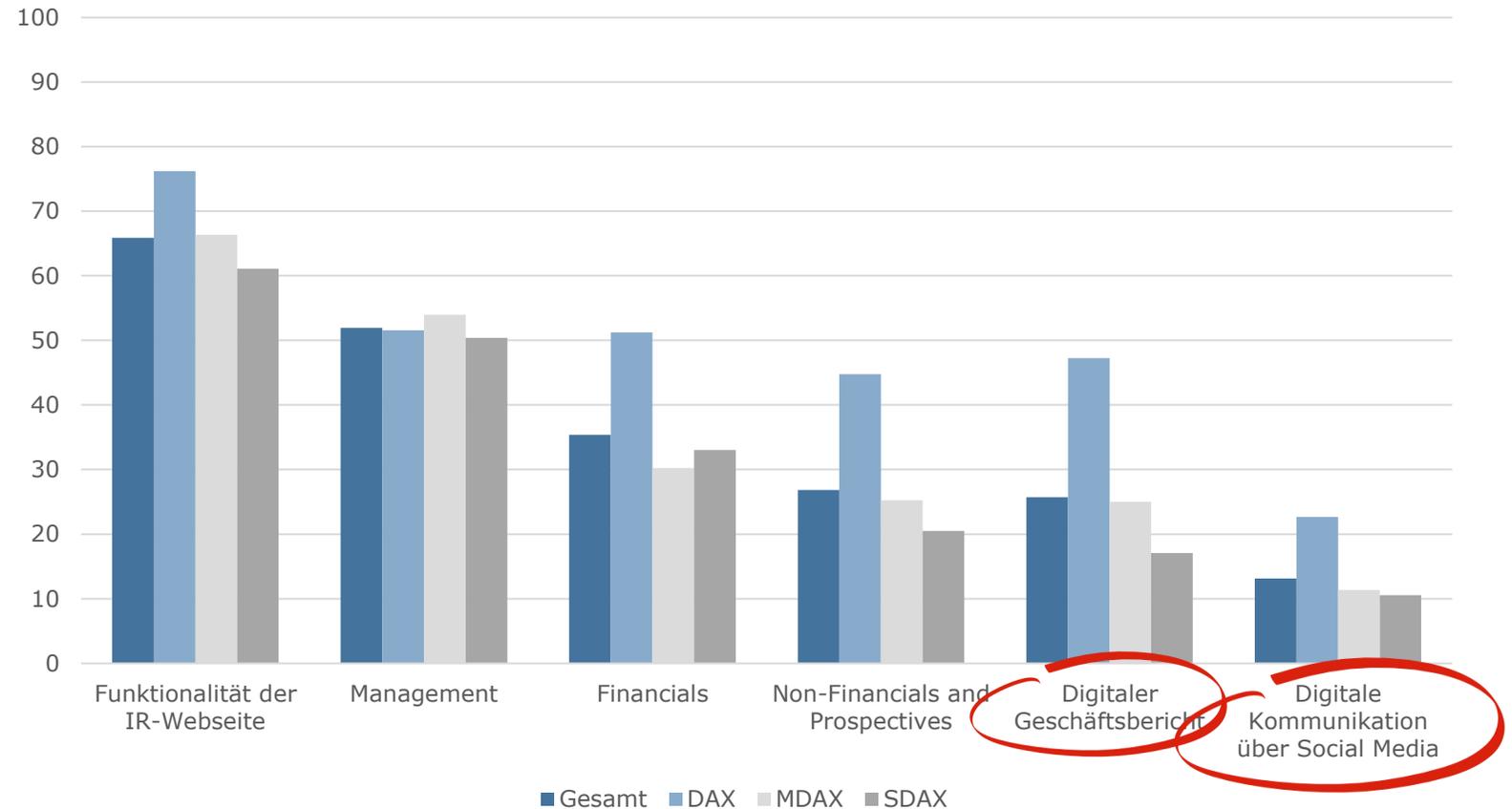
Die Stichprobe des Längsschnitts Gesamt beruht auf weniger als 160 Unternehmen, die über eine Mindestanzahl von Jahren im Wettbewerb sein müssen (vgl. ZÜLCH/OTTENSTEIN/SCHNEIDER, KoR 06/2020).

Trends Digitalisierung | INVESTORS' DARLING 2021

Der Einblick in die Kategorien verrät sehr unterschiedliche Qualitätsniveaus

Erkenntnisse

- Die **Qualität der digitalen Finanzkommunikation** kann nur bei **DAX-Unternehmen** als akzeptabel gelten
- Auch in der **Digital Communication** macht sich ein Rückgang bei den **Prospectives** aufgrund der **Corona-Pandemie** bemerkbar
- Der **Full-HTML-Bericht** (auch: Digital Report) ist weiterhin noch **kein etabliertes Berichtsmedium**
- Eine **deutliche** Verbesserung zum Vorjahr kann bei der **digitalen Kommunikation über Social Media** festgestellt werden (wenn auch auf niedrigem Niveau)

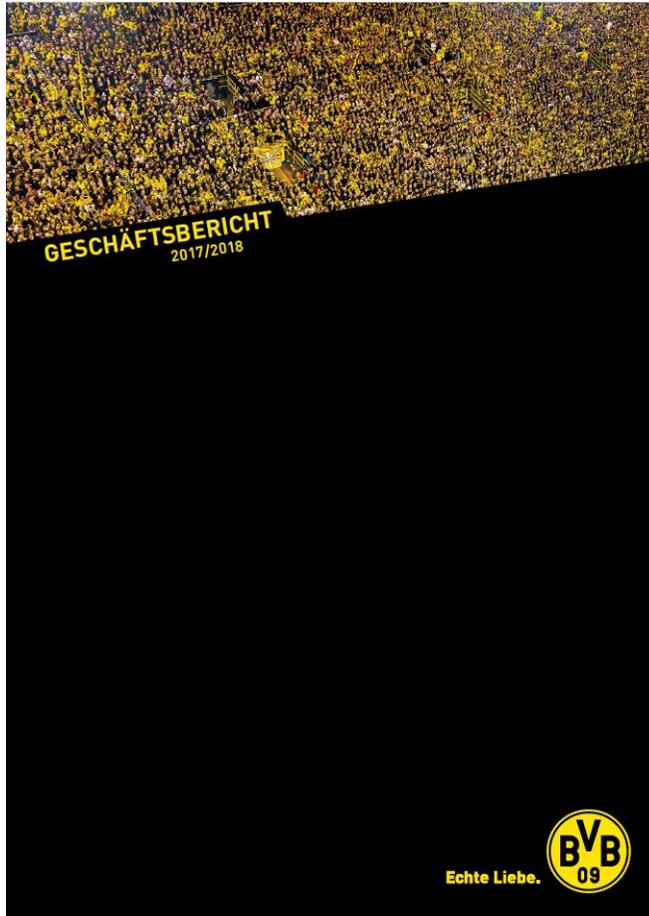


04

Storytelling in der Praxis: Fallbeispiele

Alte vs. neue Welt im Reporting

Das PDF ist kein digitales Berichtsformat



BORUSSIA DORTMUND GmbH & Co.
Kommanditgesellschaft auf Aktien, Dortmund

Passiver Rechnungsabgrenzungsposten
Die Abgrenzungen umfassen neben den in dem Geschäftsjahr 2007/2008 für die Laufzeit des Agenturlizenzvertrages von zwölf Jahren vereinbarten Lizenzgebühren des Vermarkters Lagardère Sports Germany GmbH auch Einzahlungen aus Spielbetrieb, Catering und Werbung, die Saisons 2018/2019 und 2019/2020 betreffen. Die Beträge werden zeitanteilig aufgelöst.

Sonstige finanzielle Verpflichtungen
Zum Bilanzstichtag bestehen finanzielle Verpflichtungen u. a. aus Miet-, Leasing-, Erbpacht-, Lizenz- und Verlustübernahmeverpflichtungen aus Unternehmensverträgen. Nach Fälligkeiten gegliedert ergibt sich folgende Darstellung:

in TEUR	Gesamtbetrag 30.06.2018	davon mit einer Restlaufzeit		
		bis zu 1 Jahr	1 - 5 Jahre	mehr als 5 Jahre
Vermarktungsentgelte	130.773	22.657	66.301	41.815
Miete und Leasing	13.345	3.809	9.536	0
Übrige finanzielle Verpflichtungen	1.422	669	603	150
Bestellobligo	64.650	37.450	27.200	0
	210.190	64.585	103.640	41.965

Des Weiteren bestehen Haftungsverhältnisse aus Bürgschaften, die BVB Merchandising GmbH betreffend, in Höhe von TEUR 238, sowie die bestrafte dortmund GmbH betreffend, in Höhe von TEUR 179. Die Wahrscheinlichkeit einer Inanspruchnahme ist aufgrund der Erfahrungen aus der Vergangenheit als gering einzuschätzen.

Darüber hinaus bestehen zum 30. Juni 2018 variable Zahlungsverpflichtungen aus bestehenden Verträgen mit aufschiebenden Bedingungen in einem Gesamtwert von TEUR 40.328, davon mit einer Laufzeit von bis zu einem Jahr TEUR 18.391.

Derivative Finanzinstrumente
Für die im Jahr 2014 ausgeübte Option zu einem Forward-Kauf für ein gemietetes Verwaltungsgebäude mit Grundstück und die dafür geplante Finanzierung im Jahr 2017 hat Borussia Dortmund ein Zinsswapgeschäft mit einer deutschen Landesbank abgeschlossen. Borussia Dortmund hat zum 30. September 2017 entschieden, von der zuvor genannten geplanten Bankenfinanzierung des Ankaufs abzusehen und die Sicherungsbeziehung durch den Wegfall des Grundgeschäftes zu beenden. Der Verkauf des Zinsswaps wurde zum Marktwert von TEUR -1.654 innerhalb der Finanzierungsaufwendungen ausgewiesen.

Die gebildete Rückstellung für drohende Verluste aus schwebenden Geschäften wurde im Berichtszeitraum in voller Höhe aufgelöst (Vorjahr TEUR 16).

JAHRESABSCHLUSS
vom 01. Juli 2017 bis 30. Juni 2018

ERLÄUTERUNGEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Die nachstehenden Posten der Gewinn- und Verlustrechnung werden grundsätzlich nach dem von der DFL Deutsche Fußball Liga GmbH für das Lizenzierungsverfahren geforderten Gliederungsschema nach Tätigkeitsfeldern unterteilt:

Umsatzerlöse

in TEUR	2017/2018	2016/2017
Spielbetrieb	42.322	43.915
Werbung	93.994	87.382
TV-Vermarktung	122.293	126.750
Transfergeschäfte	222.733	77.317
Conference, Catering, Sonstige	13.630	18.227
	494.972	362.691

Im Geschäftsjahr 2017/2018 betragen die Umsatzerlöse von Borussia Dortmund TEUR 494.972, betriebs erhöhten sich um TEUR 423, obwohl Borussia Dortmund fünf Sonntagsspiele und ein Heimspiel am Montagabend, das unter Fanprotesten stattfand, ausgetragen hat.

Die Erlöse aus dem Spielbetrieb verringerten sich im Geschäftsjahr 2017/2018 um TEUR 1.593 auf TEUR 42.322. Im Wesentlichen beruht dies auf einem Rückgang im nationalen Pokalwettbewerb um TEUR 3.061 auf TEUR 2.236, da Borussia Dortmund bereits im Achtelfinale gegen den FC Bayern München ausschied. Positiv entwickelten sich die Erlöse aus Freundschaftsspielen und dem sonstigen Spielbetrieb, die einen Anstieg um TEUR 1.368 zeigten. Die Erlöse aus dem nationalen Spielbetrieb erhöhten sich um TEUR 423, obwohl Borussia Dortmund fünf Sonntagsspiele und ein Heimspiel am Montagabend, das unter Fanprotesten stattfand, ausgetragen hat.

Mit Erlösen aus Werbung erzielte Borussia Dortmund im abgelaufenen Geschäftsjahr TEUR 93.994 (Vorjahr TEUR 87.382), das entspricht einem Anstieg um 7,57 Prozent. Dieser begründet sich vornehmlich in dem neuen Ärmel- und Champion-Partnervertrag mit der Opel Automobile GmbH sowie der Generierung neuer internationaler Partner, vorwiegend im asiatischen Raum.

84
85

Online-Berichte

Vorteile von Online-Storytelling

ONLINE-STORYTELLING

- Emotionales Storytelling
- Video und Animationen
- "Online first" Design
- Optimiert für mobile Endgeräte
- Interaktive Funktionen und Info-Grafiken



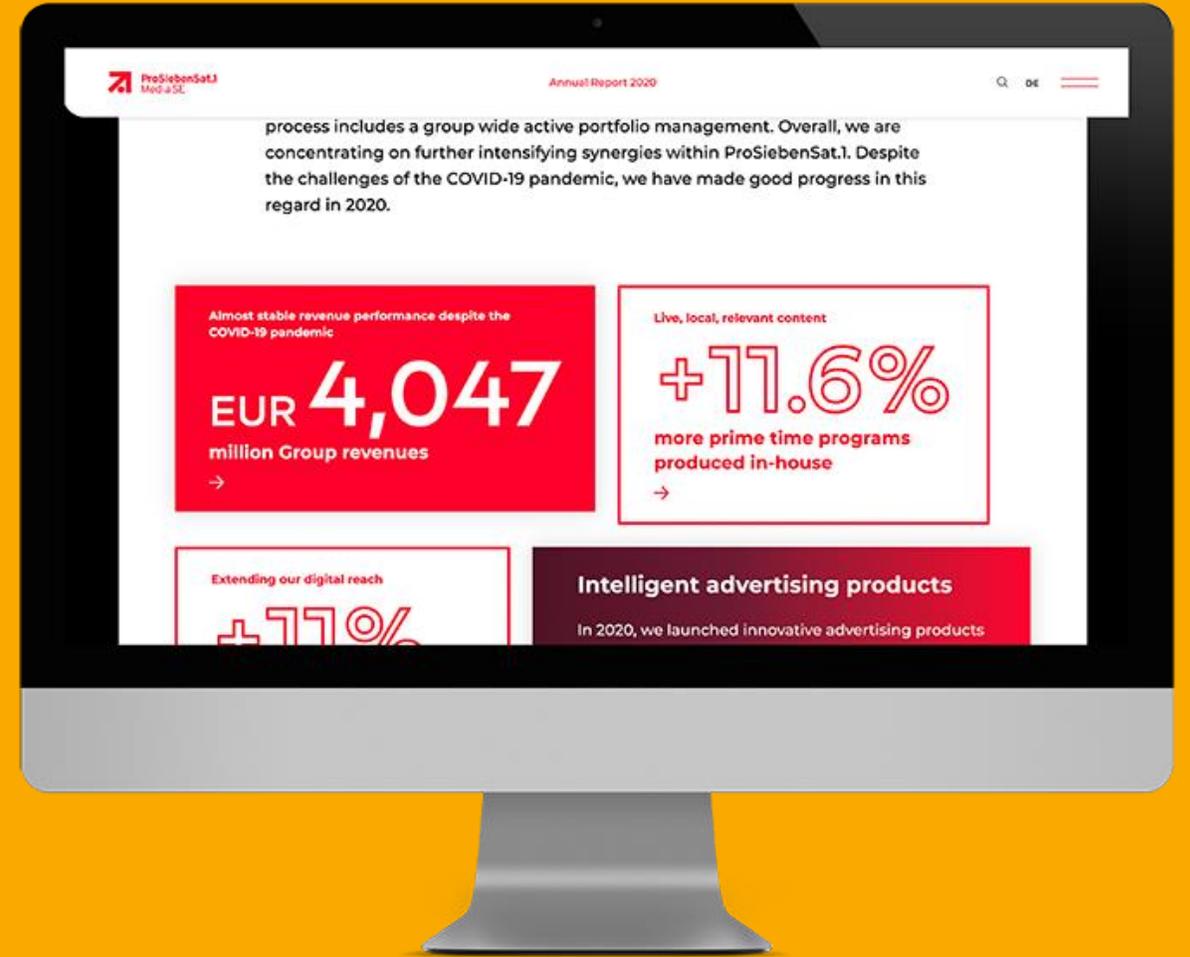


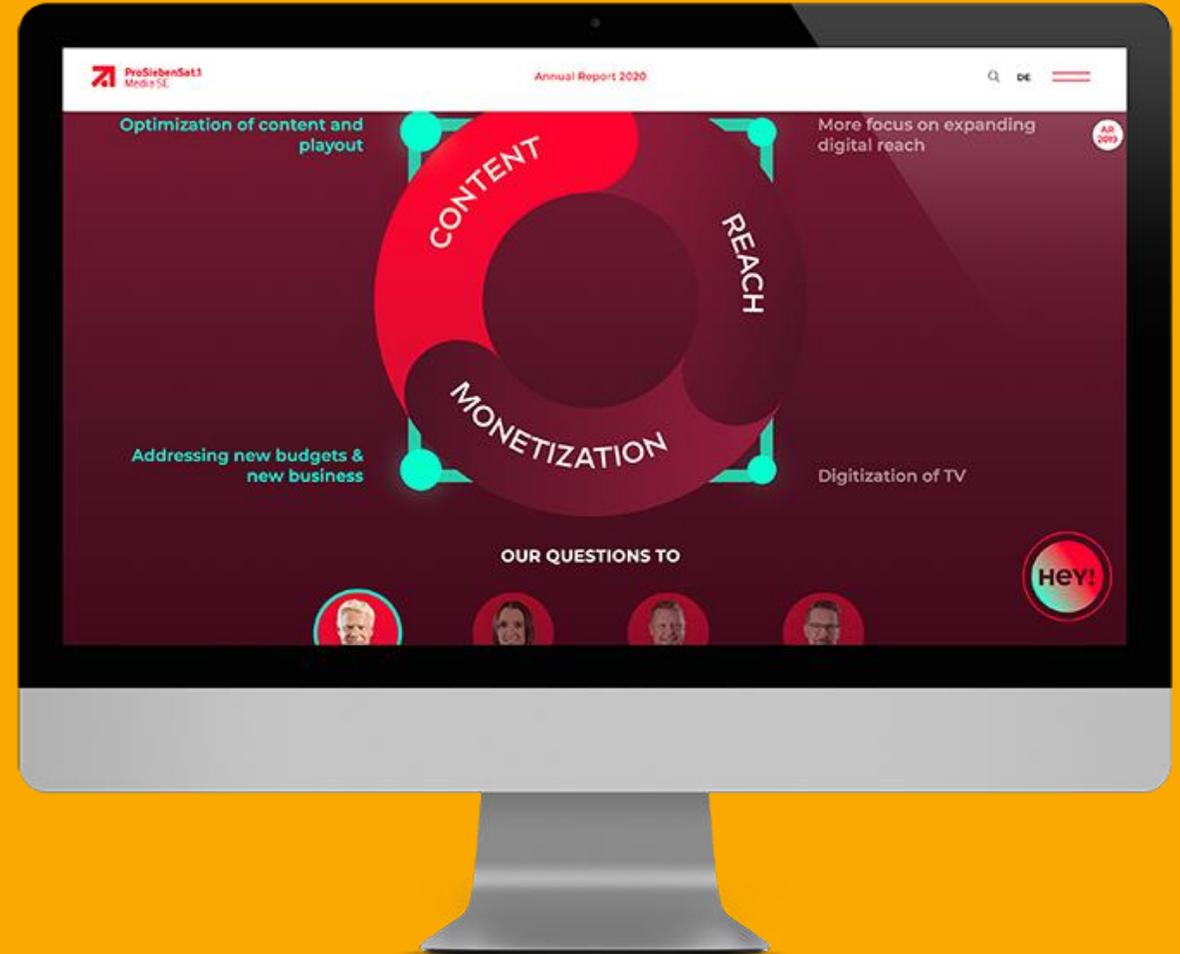
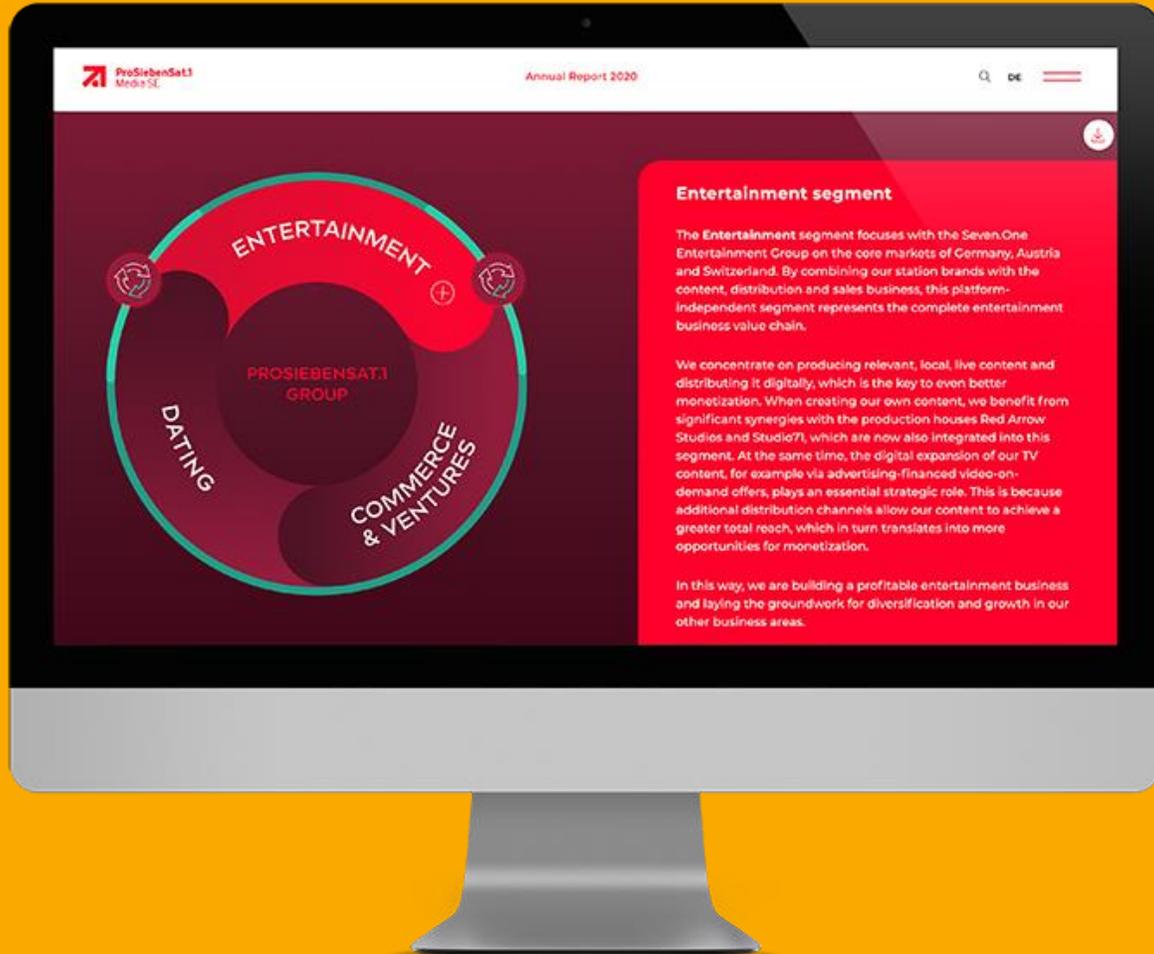


COLLABORATE

ZUM SCHUTZ DES PLANETEN MUSS
DIE WELT GEMEINSAM HANDELN







Our business model explained

Business activities

Click to select and view business areas and activities

- Exploration
- Development and Extraction
- Manufacturing and Energy Production
- Transport and Trading
- Sales and Marketing
- Technical and Business Services



06

Fazit und Ausblick



Fazit und Ausblick

Zusammenfassung

1

Storytelling ist die **Geschichte hinter den Zahlen**. Es fördert die **Verständlichkeit** und schafft **Glaubwürdigkeit** im Markt.

2

Storytelling nimmt eine **ganzheitliche Perspektive** ein. Über alle Informationsbereiche hinweg wird das **"WHY"** des Unternehmens erklärt. Eine **integrierte Berichterstattung** erfolgt.

3

Storytelling setzt auf Digitales. Es ist Teil des Digital Reporting, emotionalisiert und nutzt aktiv Social Media-Plattformen, um sämtliche Stakeholder zu erreichen.

06

Kontakt



Kontakt

Projektleitung



PROFESSOR DR. HENNING ZÜLCH

Lehrstuhlinhaber | Chair of Accounting and Auditing

HHL Leipzig Graduate School of Management

Jahnallee 59 | D - 04109 Leipzig

Phone +49 (0) 341-9851 701

Fax +49 (0) 341-9851 702

henning.zuelch@hhl.de

www.hhl.de

Weiterführende Informationen zu Investors' Darling

www.kapitalmarkt-forschung.de



STORYTELLING in der digitalen Finanzberichterstattung

Prof. Dr. Henning Zülch

ACCOUNTING SUMMIT | 22. September 2021 | Berlin



HHL

LEIPZIG
GRADUATE SCHOOL
OF MANAGEMENT

CHAIR
OF ACCOUNTING
AND AUDITING