

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

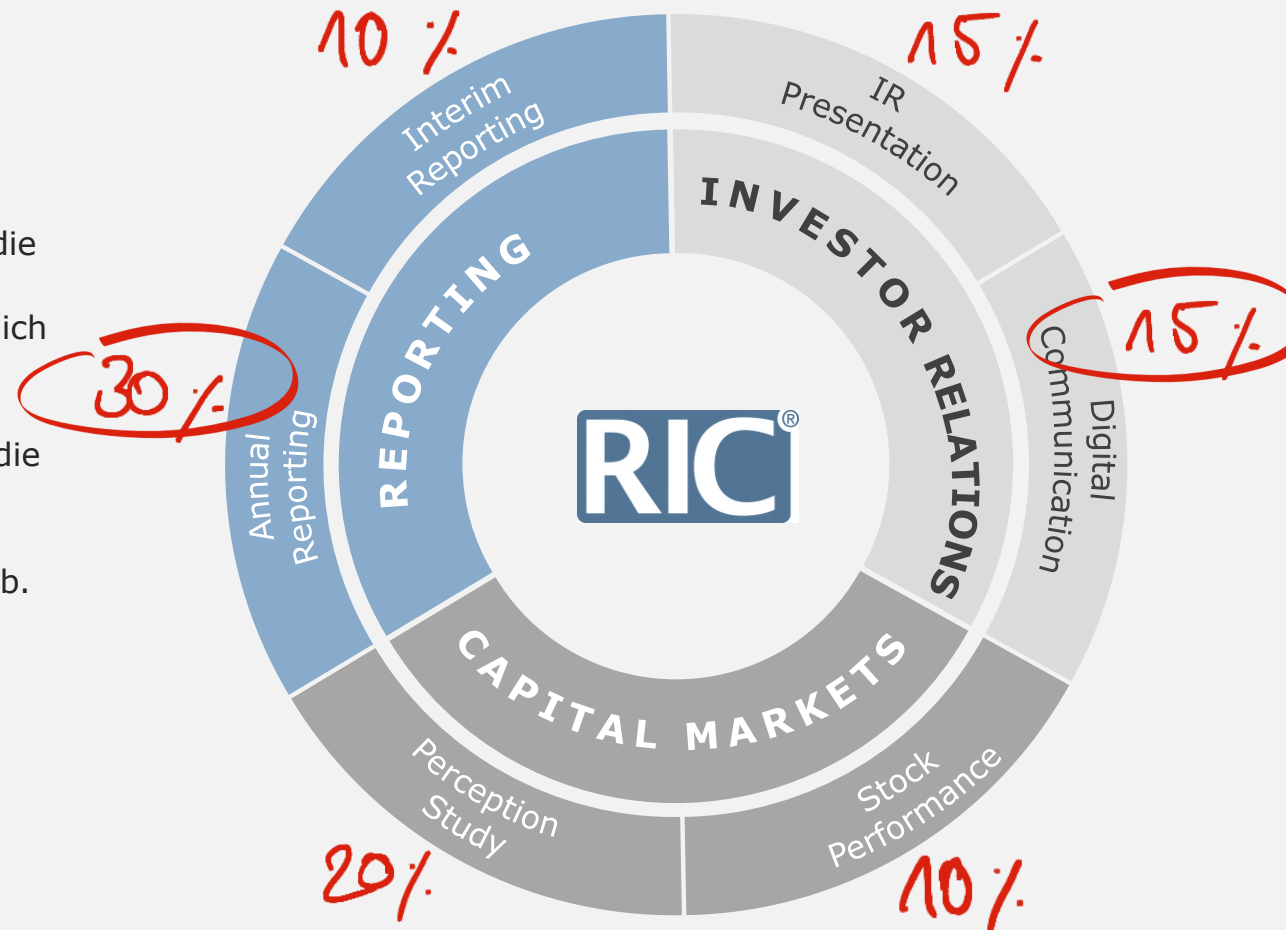
# Effektive Finanzkommunikation

# 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.

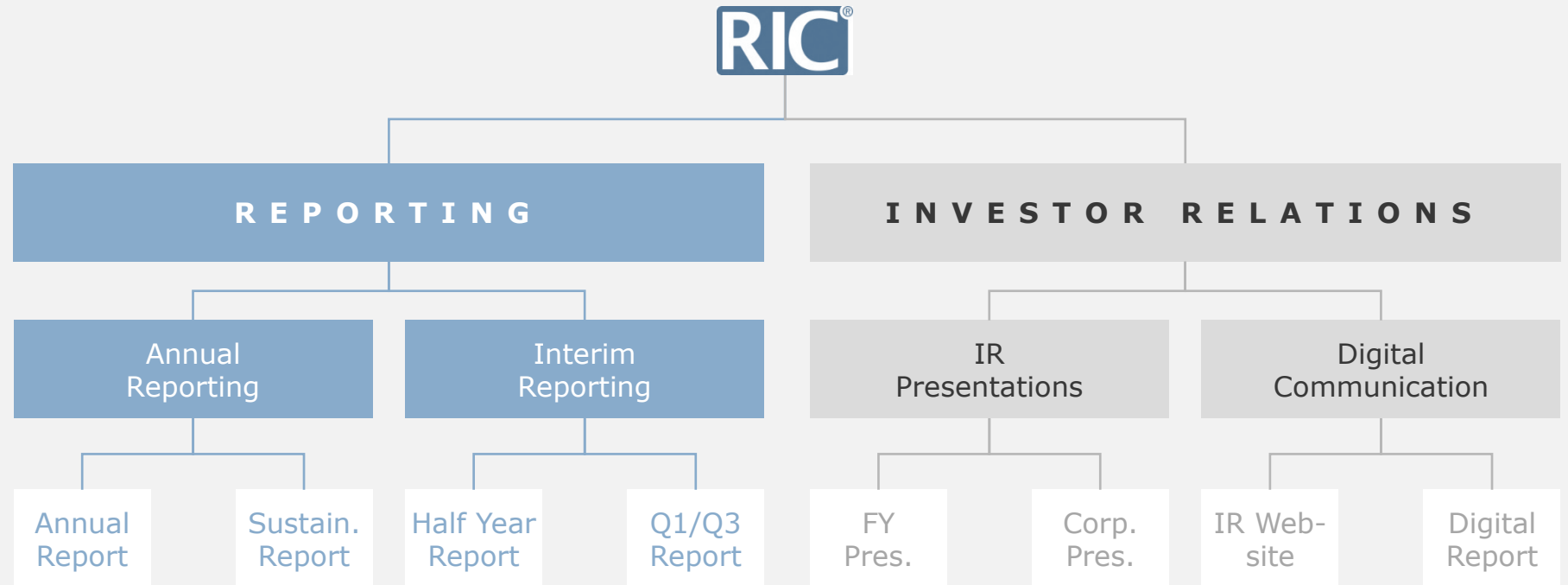
Die Dimension **Investor Relations** betrachtet wesentliche IR-Präsentationen sowie die Digitale Kommunikation.

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 **unterjähriger Reporting**- und **IR Medien** mit ein.



# Das RIC-Modell

Die Informationsbereiche lassen sich in vier Kernthemen zusammenfassen

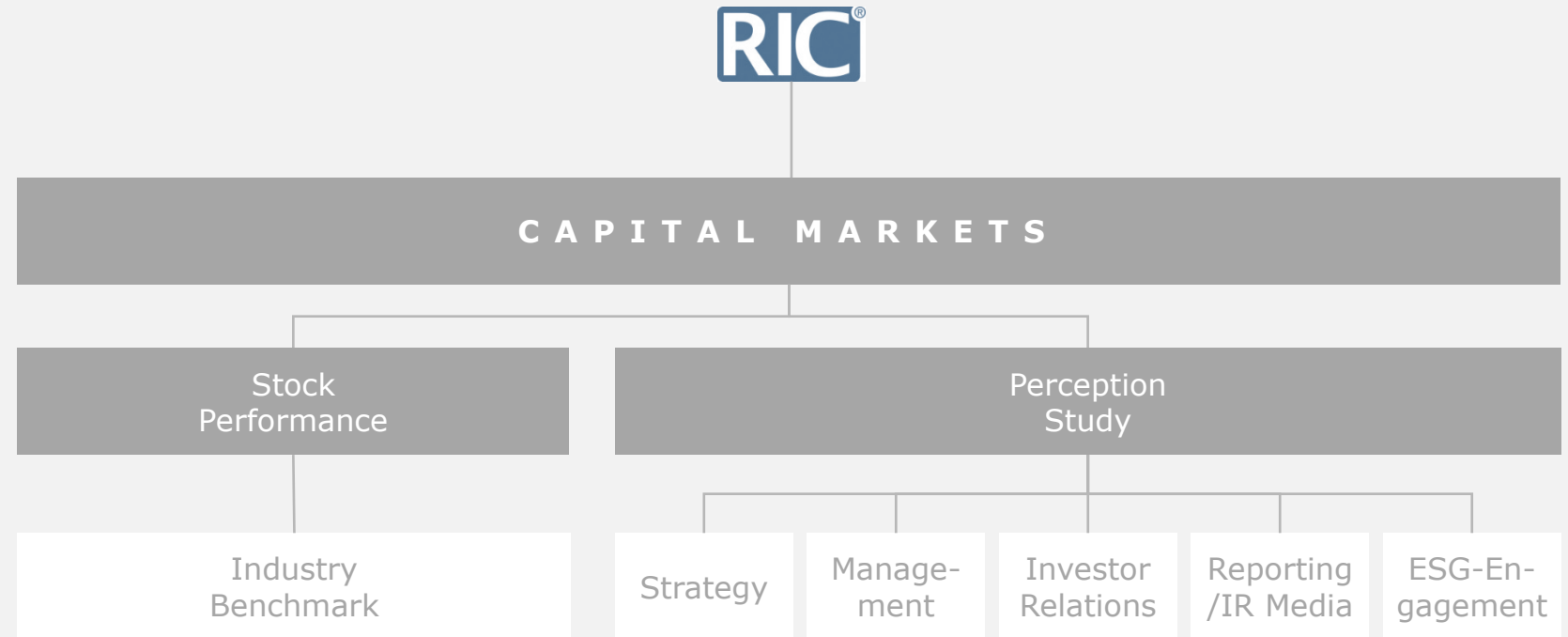
Die wesentlichen Inhalte der Analyse decken die Bereiche **Management, Financials, Non-Financials** sowie **Prospectives** ab. Darüber hinaus werden ausgewählte Sonderthemen abgefragt.

|                       |                       | Annual Reporting | Interim Reporting   | IR Presentations | Digital Communication |
|-----------------------|-----------------------|------------------|---------------------|------------------|-----------------------|
| <b>MANAGEMENT</b>     | Business Model        | ✓                | ✓                   | ✓                | ✓                     |
|                       | Value Management      | ✓                | -                   | ✓                | ✓                     |
|                       | Capital Markets       | ✓                | ✓                   | ✓                | ✓                     |
| <b>FINANCIALS</b>     | Results & Fin. Status | ✓                | ✓                   | ✓                | ✓                     |
|                       | Financial Statements  | ✓                | ✓                   | -                | -                     |
| <b>NON-FINANCIALS</b> | CSR                   | ✓                | -                   | ✓                | ✓                     |
|                       | Corporate Governance  | ✓                | -                   | -                | ✓                     |
| <b>PROSPECTIVES</b>   | Strategy              | ✓                | ✓                   | -                | ✓                     |
|                       | Chances/Risks         | ✓                | ✓                   | -                | -                     |
|                       | Forecasts             | ✓                | ✓                   | ✓                | ✓                     |
| <b>SPECIAL</b>        |                       | -                | 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

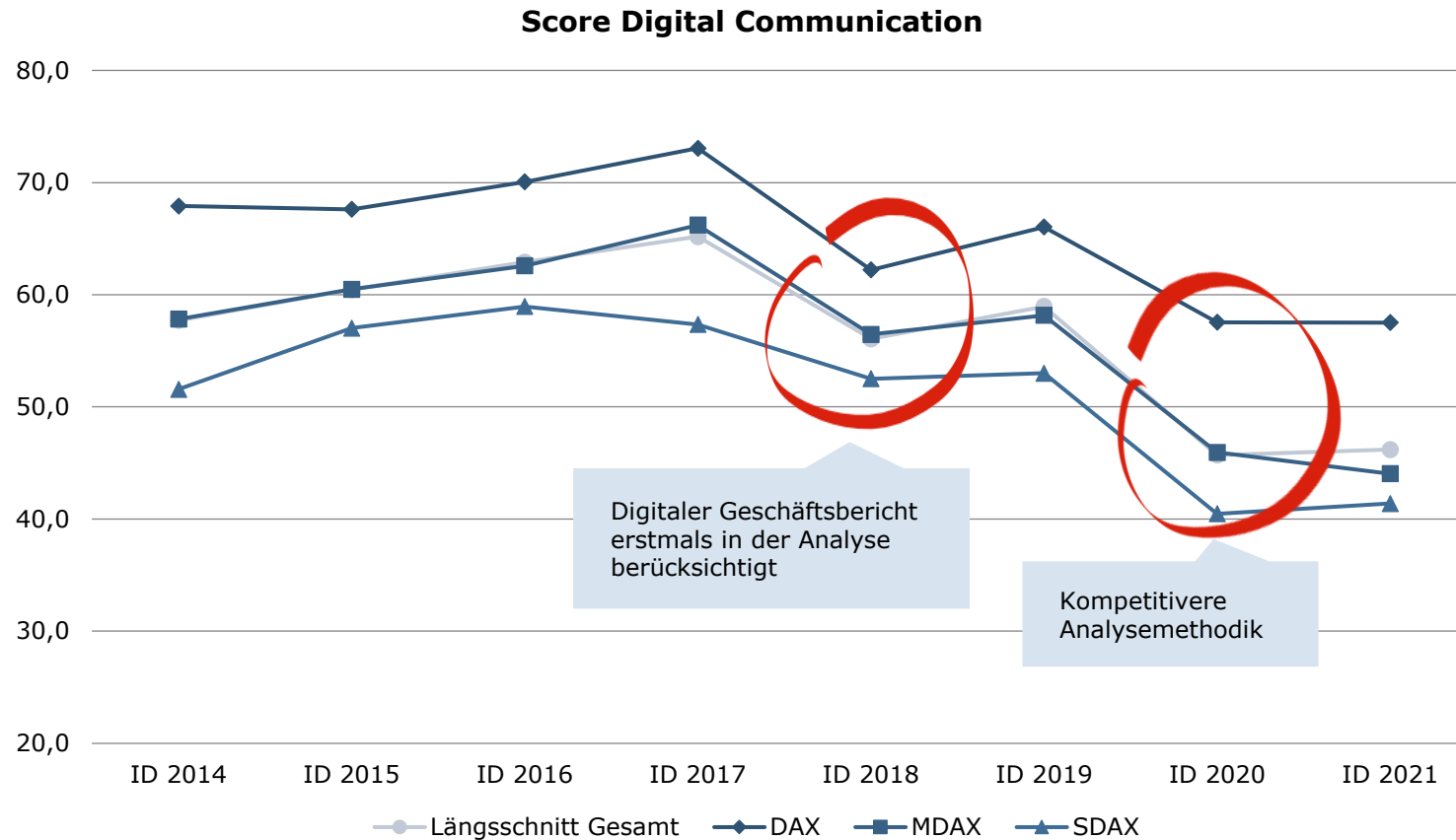
- Die **Gesamtergebnisse** werden **durch** die Performance der **DAX-Unternehmen** **getrieben**.
- Nach einem Rückgang im **RIC-Score** im letzten Jahr konnte **in 2021** wieder eine **Verbesserung** der Kommunikation beobachtet werden.
- Vielen Unternehmen **mangelt es** weiterhin an **guter digitaler 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 |
|-----------------------------|-----|------|------|--------|
| <b>REPORTING</b>            | 63% | 54%  | 52%  | 53%    |
| (r.1) Annual Reporting      | 65% | 54%  | 53%  | 54%    |
| (r.2) Interim Reporting     | 59% | 54%  | 51%  | 52%    |
| <b>INVESTOR RELATIONS</b>   | 57% | 49%  | 45%  | 48%    |
| (i.1) IR Presentations      | 59% | 56%  | 53%  | 54%    |
| (i.2) Digital Communication | 55% | 42%  | 38%  | 43%    |
| <b>CAPITAL MARKETS</b>      | 63% | 62%  | 62%  | 61%    |
| (c.1) Performance           | 47% | 50%  | 49%  | 46%    |
| (c.2) Perception Study      | 72% | 68%  | 69%  | 69%    |
| <b>RIC-Score</b>            | 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).

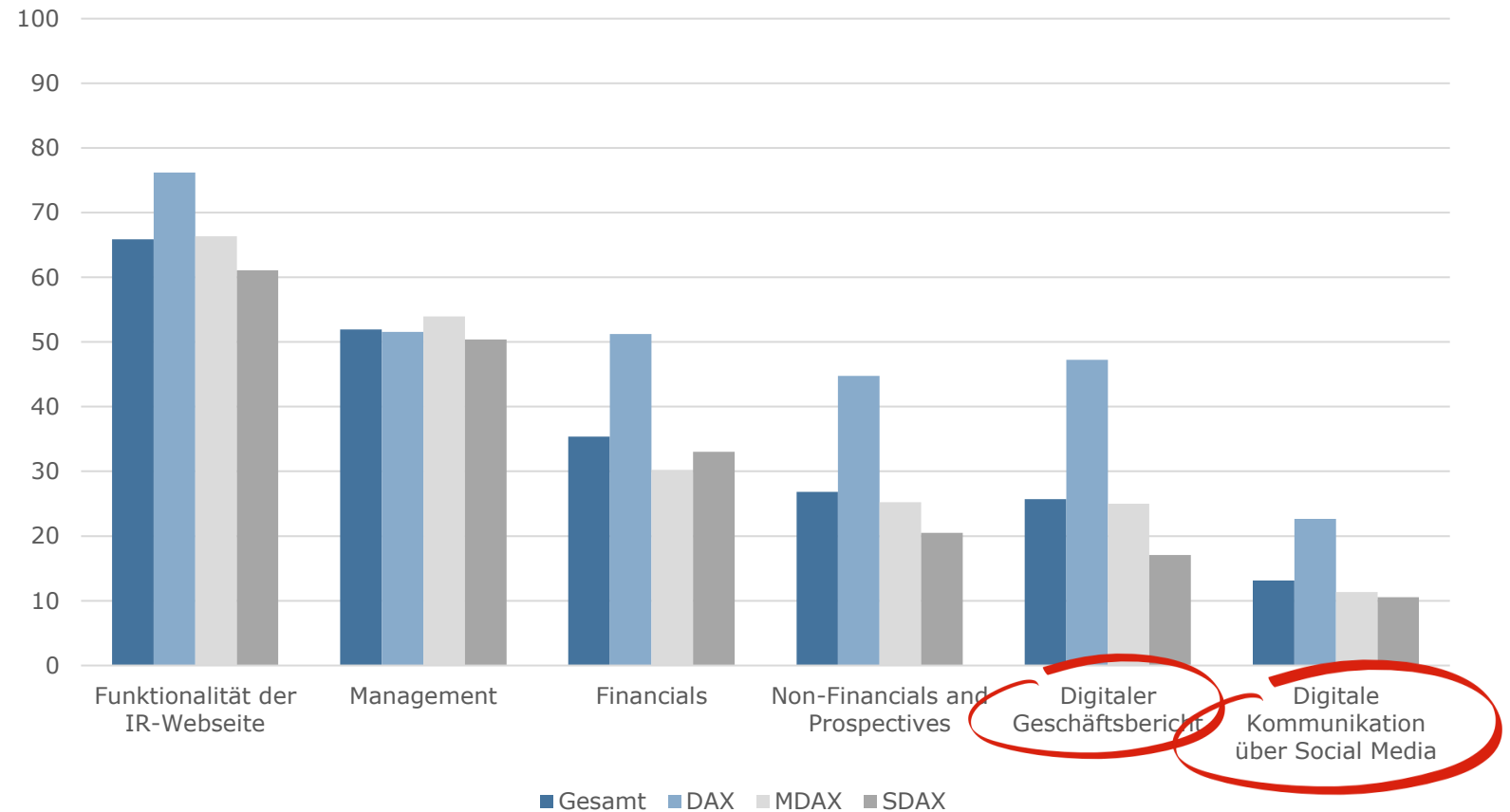


# Trends Digitalisierung | INVESTORS' DARLING 2021

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<br>30.06.2018 | davon mit einer Restlaufzeit |                |                     |
|------------------------------------|----------------------------|------------------------------|----------------|---------------------|
|                                    |                            | bis zu<br>1 Jahr             | 1 - 5<br>Jahre | mehr als<br>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                   |
|                                    | <b>210.190</b>             | <b>64.585</b>                | <b>103.640</b> | <b>41.965</b>       |

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         | 87.362         |
| TV-Vermarktung                 | 122.293        | 126.750        |
| Transfergeschäfte              | 222.733        | 77.317         |
| Conference, Catering, Sonstige | 13.630         | 18.227         |
|                                | <b>494.972</b> | <b>362.691</b> |

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 87.362), 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



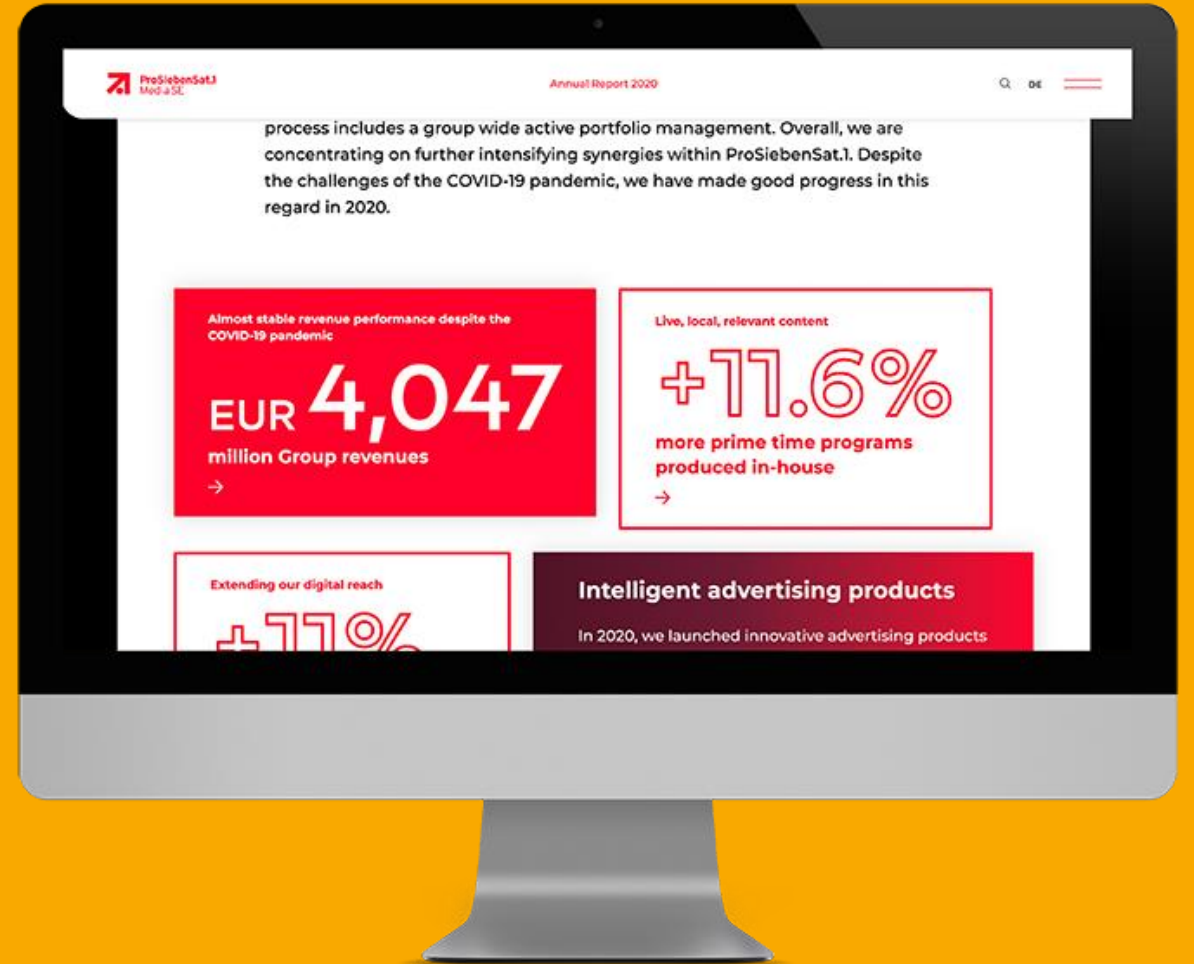
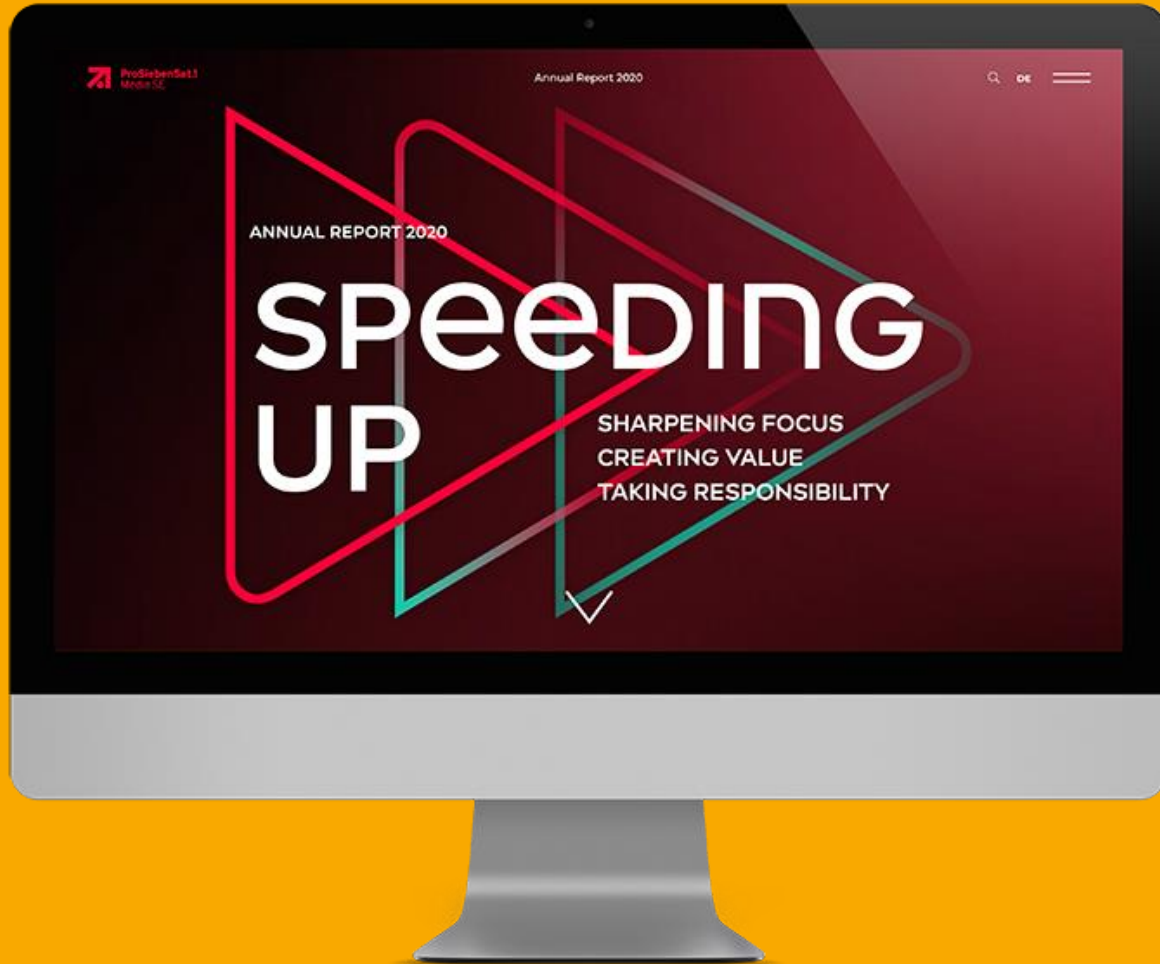


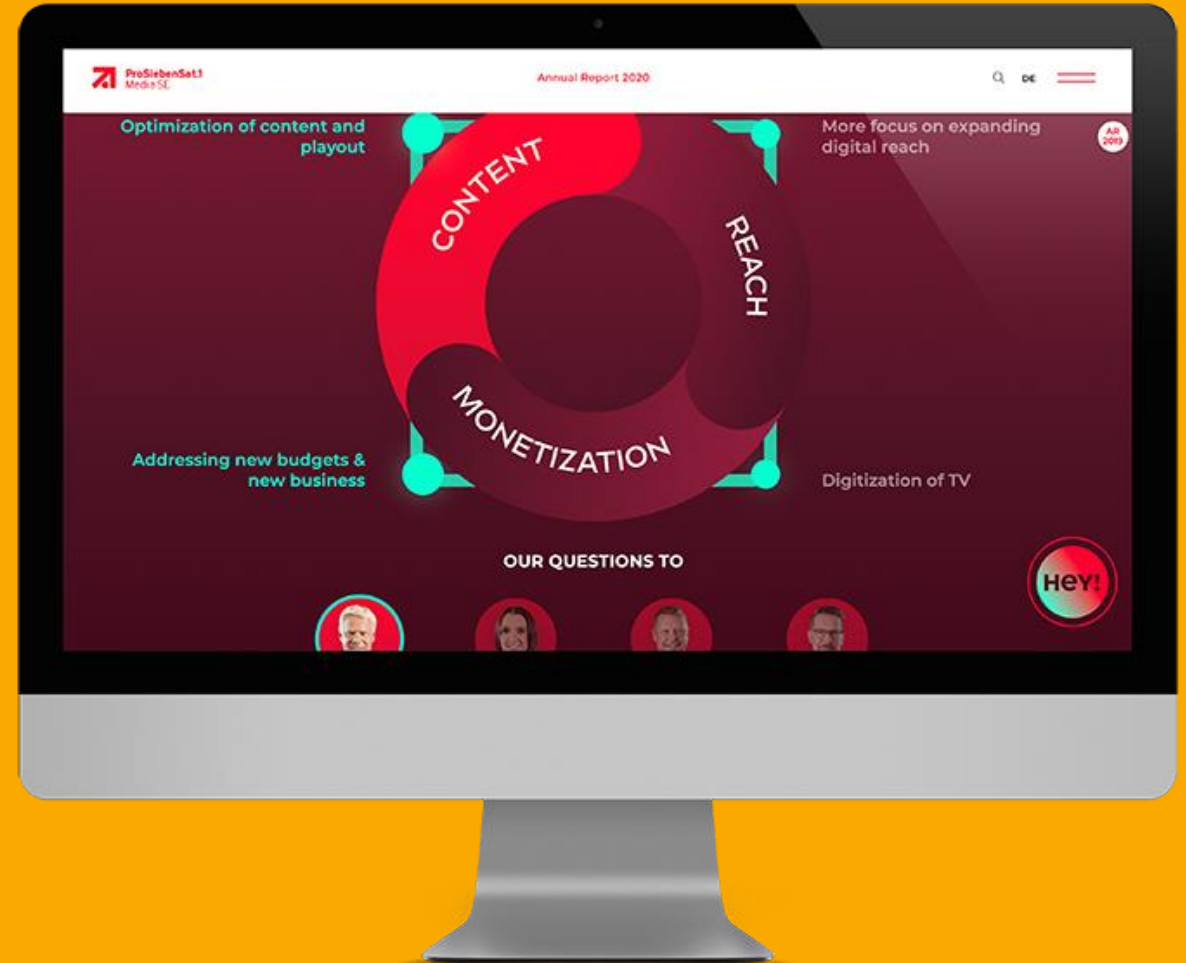
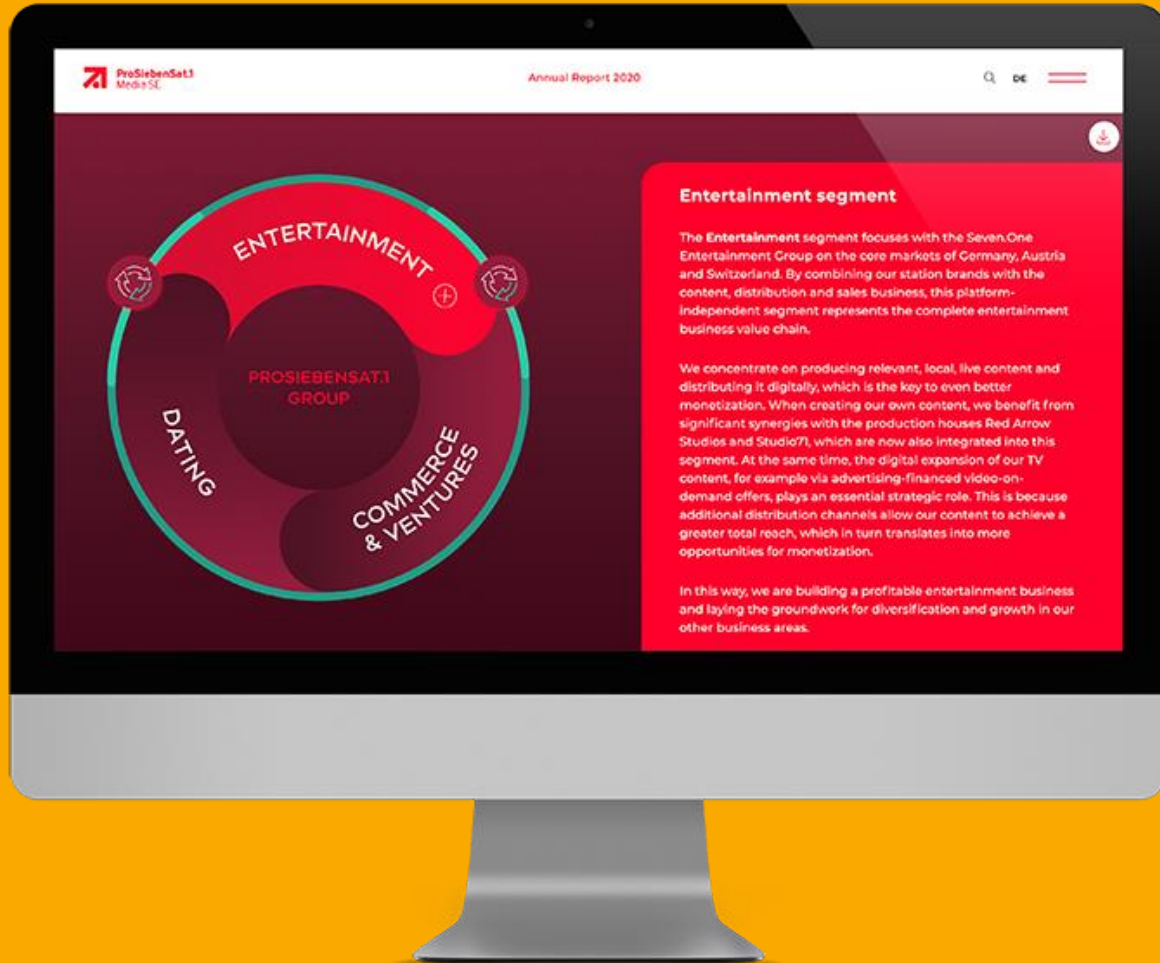


# COLLABORATE

ZUM SCHUTZ DES PLANETEN MUSS  
DIE WELT GEMEINSAM HANDELN









# Our business model explained

## Business activities

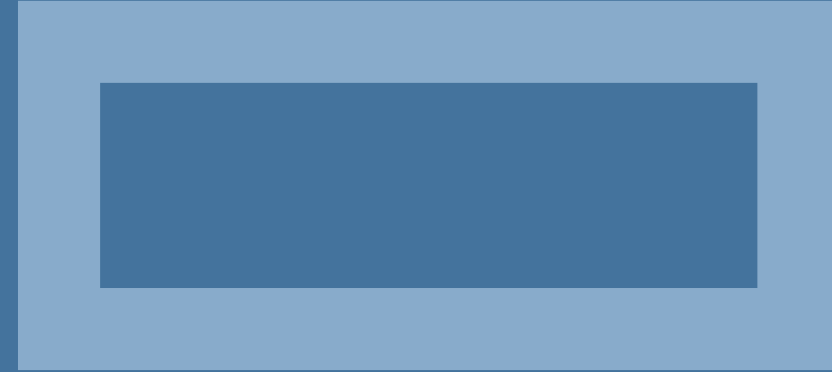
Click to select and view business areas and activities

- 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](http://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