

# Qualität der Online-Geschäftsberichte wird besser

Zweite Studie über Internet-Geschäftsberichte der SMI-Unternehmen – Stolpersteine Navigation und Suchfunktion – Novartis holt auf

Von Konrad Baechler

Im Juli 2005 hat Tensid Communication Services zum zweiten Mal eine Untersuchung der Online-Geschäftsberichte der 26 kotierten Unternehmen durchgeführt, die im Swiss Market Index (SMI) erfasst sind. Die erste Studie fand ein Jahr zuvor statt. Die Analyse beruht auf einem Kriterienkatalog mit fünf Hauptthemen: Grad der Interaktivität (Nutzung von PDF, Bildern und HTML), Sprachangebot, Suchfunktionen, funktionale Gestaltung sowie Navigation und Nutzerführung. Wer alle Kriterien erfüllt, bietet den State-of-the-art-Geschäftsbericht in elektronischer Form mit einer Maximalpunktzahl von 240.

Der Online-Geschäftsbericht kann im HTML-Format im Browser dargestellt werden. Eine andere Variante ist die Darstellung im Dateiformat PDF (Portable document format), das eine elektronische Kopie des ursprünglichen Dokuments ermöglicht. Auch eine Kombination der beiden Lösungen ist gebräuchlich. Die 26 untersuchten Internet-Geschäftsberichte lassen sich demnach in vier Darstellungsformen aufteilen: ausschliesslich PDF, PDF und Bilder, Teile in HTML und Teile nur als PDF sowie alles in HTML mit PDF als Zusatz.

## Gewinner und Verlierer

Gegenüber dem Vorjahr gibt es zwei bedeutende Veränderungen in der Rangliste, weil zwei Unternehmen einen grossen Technologiewechsel vorgenommen haben: Novartis und Swiss Re. Die beiden Konzerne haben die Technologie getauscht, Swiss Re setzt neu auf die letztjährige Technologie der Novartis und umgekehrt. Durch den Wechsel wurde Novartis we-

sentlich besser, und Swiss Re hat deutlich an Punkten eingebüsst. Abgesehen davon ist zu beobachten, dass die Guten eher noch besser werden. Die Studie vom Vorjahr hatte einen deutlichen Vorsprung der Branche Banken, Finanzdienstleister und Versicherungen ergeben. Durch den Effort der Novartis wurde der Vorsprung etwas abgeschwächt.

## Finanzsektor ist führend

Trotz allem sind die Versicherungen nach wie vor führend. Swiss Life hat die gesamte Konkurrenz hinter sich gelassen und kann für alle untersuchten Unternehmen als Massstab betrachtet werden. Die Baloise beschleunigt weiter und verkleinert den Abstand zur Spitze. Unter den Banken tat sich nicht viel: UBS hat sich ein wenig verbessert und konsolidiert auf hohem Niveau. CS Group und Julius Bär bewegen sich unverändert im Mittelfeld. SGS hat zugelegt und gehört zu den Besseren, die ausschliesslich auf das PDF-Format setzen. Auch wenn die SGS die PDF-Lösung beibehält, kann sie den Online-Bericht noch verbessern. Auch Nestlé, Serono, Givaudan, Kudelski und Swatch Group könnten mit entsprechenden Massnahmen nächstes Jahr zu den grossen Gewinnern zählen.

Synthes wurde neu in den Swiss Market Index aufgenommen und beweist, dass mit der kostengünstigen Variante – den Geschäftsbericht nur im PDF-Format anzubieten – eine Platzierung im Mittelfeld möglich ist, wenn das PDF-File indexiert ist und eine sinnvolle Aufteilung sowie schnelle, weboptimierte Ladezeiten hat. Würden nun noch Tabellen zum Download angeboten und die Suchfunktionen

erweitert, wäre eine Positionierung im vorderen Mittelfeld mit der PDF-Technologie durchaus möglich.

Navigation und Suchfunktion sind die Problemfelder der Online-Geschäftsberichte. Das Inhaltsverzeichnis muss benutzerfreundlich dargestellt werden, und die Suchfunktionen sollten die Inhalte rasch auffindbar machen. Mehr als die Hälfte der untersuchten Unternehmen scheitert an der Lösung dieser Aufgaben. Dabei gibt es zwei gewichtige Mängel. Erstens ist die sequenzielle Navigation zu nennen, das heisst, es muss umständlich Seite für Seite durchgeblättert werden. In diesem Fall hätte der Benutzer wohl lieber die gedruckte Version in der Hand. Zweitens bringt die Suchfunktion schlechte Ergebnisse hervor, entweder gar keine oder, auch nicht besser, Hunderte von Dokumenten.

## Elegante Lösungen

Was die Navigation betrifft, muss das Inhaltsverzeichnis als Ganzes direkt ersichtlich und interaktiv bedienbar sein. In einem PDF-Dokument kann dies der Index sein. Eine effiziente Suchfunktion bringen gegenwärtig nur wenige Unternehmen zu Stande. Dort, wo das Suchen effizient ist, wird auf die Darstellungsform alles im HTML-Format mit PDF als Zusatz gesetzt. Suchfunktionen sind komplex. Der Benutzer muss die Wahl haben, eine gezielte oder aber eine erweiterte Suche eines Begriffs zu starten.

Es ist davon auszugehen, dass ein Benutzer nicht im Voraus wissen kann, in welcher Form ein bestimmter Text in einem Dokument vorkommt. Oft existieren auch mehrere Begriffe für einen Sachverhalt, wie beispielsweise Vergütung, Ent-

schädigung oder Lohn. Der Benutzer wird also mit einer eher breiten Auswahl beginnen. Wenn nun Hunderte von Dokumenten als Resultat dargestellt werden, und dann noch in einer falschen Reihenfolge, wird er rasch frustriert sein. Das gilt auch, wenn er keine Resultate erhält, weil zum Beispiel der Begriff Vergütung gar nicht vorkommt, sondern nur Vergütungen. Somit sind intelligente Suchfunktionen nach dem Vorbild von Google gefragt. Das ist machbar.

## Verbesserungen leicht möglich

In allen Darstellungsformen, ob im PDF-Format, in der HTML-Version oder in einer der Mischformen, ist eine Verbesserung der Online-Geschäftsberichte meist mit einem bescheidenen Aufwand möglich. So wird mit der Indexierung und der Aufteilung von PDF-Berichten die Arbeit von Journalisten oder Analysten erleichtert. Verbessert wird die Benutzerfreundlichkeit mit einer einfachen Nutzerführung, einer Funktion für die Suche nach Begriffen samt einer Übersicht der Suchergebnisse und mit Hinweislinks. Auch Begriffslexikon, Angaben zu Dateigrösse, Druckfreundlichkeit von Teilen des Berichts oder Tabellen in Excel-Format erleichtern die Anwendung. Die fortschrittlichste Lösung ermöglicht es dem Benutzer sogar, sich einen individuellen Bericht zusammenstellen zu lassen und die Sprache auf jeder Seite wechseln.

Fortsetzung folgt: Die Studie über die Online-Geschäftsberichte wird im Juni 2006 wiederholt. Es wird dann erneut interessant sein festzustellen, welche Fortschritte innerhalb eines Jahres erzielt worden sind.

## Rangliste

**Onlineberichte des Geschäftsjahres 2004**  
(Untersuchung im Juli 2005)

**Spitzengruppe: 150 bis 200 Punkte**  
(alphabetisch geordnet)

ABB  
Baloise  
Novartis  
Roche  
Swisscom  
Swiss Life  
UBS  
Unaxis

**Mittelfeld: 125 bis 150 Punkte**  
(alphabetisch geordnet)

Clariant  
CS Group  
Julius Bär  
Nestlé  
Swiss Re  
Syngenta  
Synthes  
Zurich Financial Services

**Schlusslichter: unter 125 Punkte**  
(alphabetisch geordnet)

Adecco  
Ciba SC  
Givaudan  
Holcim  
Kudelski  
Lonza  
Richemont  
Serono  
SGS  
Swatch Group