

PDF bleibt führendes Geschäftsberichtsformat

Usability-Studie von MPM und der Hochschule Mainz liefert Erkenntnisse zum idealtypischen Digitalbericht und praxisorientierte Handlungsempfehlungen für berichtende Unternehmen.

Mainz, 09.06.2020 – Das PDF bleibt für die Leser digitaler Geschäftsberichte das bevorzugte Format. Besonders gut angenommen werden interaktive PDFs mit klickbaren Inhalten und Navigationsmöglichkeiten. Gleichzeitig öffnen sich die Nutzer immer stärker gegenüber HTML-Berichten. Bieten HTML-Versionen zusätzliche Features wie interaktive Navigationsstrukturen, funktionale Suchfunktion und Exportfunktion, werden sie von den Probanden besonders gut angenommen. Dies sind zwei der zentralen Erkenntnisse der Studie „User Experience im Corporate Reporting“, die die Mainzer Kommunikationsagentur MPM Corporate Communication Solutions gemeinsam mit der Hochschule Mainz durchgeführt hat. Ziel des Forschungsprojekts war es, bevorzugte Mediengattungen, Gestaltungselemente und Umsetzungsmöglichkeiten zu identifizieren, die den idealtypischen Geschäftsbericht ausmachen.

Digitales Reporting – was erwarten die Berichtsleser?

Der Schwerpunkt der Studie lag daher auf der konkreten Nutzungssituation digitaler Geschäftsberichte: Wie sieht die typische User-Experience im Online-Geschäftsbericht aus? Wie müssen digitale Berichte aufbereitet sein, um den Bedürfnissen der Nutzer gerecht zu werden? „Wir wollten herausfinden, wie Analysten, Portfoliomanager und Journalisten PDF- und HTML-Berichte tatsächlich nutzen, und dies gemeinsam mit ihnen reflektieren“, sagt Philipp Mann, geschäftsführender Gesellschafter von MPM, „mit der Hochschule Mainz hatten wir einen erfahrenen und kompetenten Partner an unserer Seite, um das dafür notwendige anspruchsvolle Mehr-Methoden-Design zu realisieren.“

Das Forschungsdesign umfasste unter anderem die Bearbeitung spezifischer Aufgaben mittels Eyetracking, eine Post-Test-Befragung, Think Aloud und Videobeobachtung. „Diese mehrstufige Methodik in verschiedenen Phasen der Studie erlaubte es uns, das Nutzungsverhalten der Rezipienten intensiv und detailliert zu untersuchen und mithilfe dieser explorativen Vorgehensweise Hypothesen zur Fragestellung zu generieren“, erklärt Dr. Sven Pagel, Professor für Wirtschaftsinformatik und Medienmanagement an der Hochschule Mainz und Leiter der Forschungsgruppe WIMM.

Studie kostenfrei per Download erhältlich

Auf mehr als 60 Seiten fasst die Studie alle Erkenntnisse über die Nutzung der verschiedenen Mediengattungen, der bevorzugten Medientypen und Gestaltungselemente im digitalen Corporate Reporting zusammen. Darüber hinaus liefert die Studie mit praxisorientierten Handlungsempfehlungen auch wertvolle Hinweise, wie berichtende Unternehmen den identifizierten Trends bei den Nutzungsgewohnheiten Rechnung tragen können.

Das Projekt wurde von der Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz im Rahmen des InnoStart-Programms gefördert. Das Förderprogramm dient dazu, Impulse für den Technologietransfer zwischen Wirtschaft und Wissenschaft zu realisieren.

Die ausführliche Studie „User Experience im Corporate Reporting“ steht auf der Website von MPM kostenfrei zum Download zur Verfügung:

<https://www.mpm.de/unternehmen/downloads/studien/>.

Über MPM:

MPM Corporate Communication Solutions verbindet kreative Unternehmenskommunikation mit dem Potenzial leistungsfähiger Technologieplattformen.

Als Agentur ist MPM spezialisiert auf die integrierte Konzeption, Content-Erstellung, Gestaltung und Steuerung medienübergreifender Kommunikationsprojekte in den Bereichen Corporate Reporting, Content Marketing sowie interne und Change-Kommunikation. Als Technologieunternehmen schafft MPM Lösungen für leistungsfähige Content Supply Chains. Das Portfolio umfasst Organisations- und Prozessberatung, die Softwarelösung MPM Digital Publishing Center sowie den Infrastrukturbetrieb in den Bereichen Corporate Newsroom, Content Management und Redaktionssysteme. Durch die konsequente Verbindung von Kreation und Technologie entsteht effektive Unternehmenskommunikation auf Basis effizienter Produktionsprozesse für alle Medienkanäle.

MPM betreut mit über 85 Mitarbeitern international tätige Kunden wie adidas, Audi, BASF, Boehringer Ingelheim, Deutsche Bahn, Henkel, ING, Lufthansa, RWE und Zalando.