

**PRESSEINFORMATION**

**Geschäftsberichte in der Daten-Welt**

Das 6. Symposium Financial Communications widmete sich der Rolle von Geschäftsberichten in einer datenbasierten Zukunft

**Das diesjährige Thema der digitalen Fachkonferenz lautet „Data Reporting? What is the value of reports in a data-driven future?“. Dieses Jahr widmete sich die Veranstaltung insbesondere dem Thema Corporate Reporting und ging den Fragen nach, ob und warum es Geschäftsberichte in einer digitalisierten und datengetriebenen Zukunft braucht – und wenn ja – welchen Mehrwert Geschäftsberichte haben.**

**St. Pölten, 11.06.2021** – „Finanzkommunikation betrifft nicht nur die Financial Community. Sie erreicht in ihrer Wirkung letztlich jede und jeden Einzelnen. Wir sehen in unseren Studien, wie dem Corporate Reporting Monitor, aber auch an den Zugriffszahlen auf digitale Geschäftsberichte, dass die Zielgruppen der Unternehmensberichterstattung sehr heterogen wurden und außerhalb der Sphäre des Kapitalmarktes liegen. Daher möchten wir mit der unserer Tagung auch die gesellschaftliche Dimension von Finanzthemen aufzeigen“, sagt Monika Kovarova-Simecek, Leiterin des Masterstudiums Wirtschafts- und Finanzkommunikation an der FH St. Pölten und Organisatorin des Symposiums.

Die Eröffnungsworte der Veranstaltung übernahmen dieses Jahr Christoph Boschan (CEO der Wiener Börse), Harald Hagnauer (Head of Investor Relations, Österreichische Post AG) und Susanne Roiser (Departmentleiterin, FH St. Pölten). Anschließend bot Monika Kovarova-Simecek in ihrer Keynote einen Rückblick auf „250 Jahre Wiener Börse – 250 Jahre Finanzkommunikation“.

**Corporate Reports in der digitalen Stakeholderkommunikation**

Christian Hoffmann (Universität Leipzig) und Thomas Scheinwiller (CCR Zürich) stellten als Einführung in das Schwerpunktthema den aktuellen Corporate Report Monitor vor. Der Corporate Reporting Monitor des Center for Corporate Reporting in Zürich, der Universität Leipzig und der FH St. Pölten untersucht seit 2019 jährlich die Reporting-Praxis börsennotierter Unternehmen im DACH-Raum. Die Studie zeigt die Entwicklungen, Trends und Benchmarks rund um die Unternehmensberichterstattung – von der Strategie über die Organisation bis hin zur Digitalisierung. Für Unternehmen dient sie nicht zuletzt als Landkarte, um sich zu verorten, aber auch als Kompass für die Zukunft.

Die meisten Unternehmen verfolgen laut Kovarova-Simecek bei der Erstellung ihrer Geschäftsberichte – noch immer – die Strategie „PDF first“. Aber die Reise geht eindeutig in Richtung „Digital first“. Die meisten Unternehmen befinden sich also in der Transformationsphase von Print zu Digital, sind aber noch nicht angekommen.

**Zielgruppen erreichen –mit Social Media und Visualisierung**

Ganz anders Covestro, ein im DAX-notierter Chemiekonzern, der mit seinem Online-Bericht zeigte, wie das Reporting der Zukunft schon heute funktionieren kann. Der gemeinsam mit nexxar erstelle Online-Geschäftsbericht wird bei Convestro als Instrument der digitalen Stakeholderkommunikation eingesetzt und in die Kommunikations- und Reporting-Strategie des Unternehmens – auch via Social Media – eingebunden. Svenja Paul und Markus Kleine-Beck von Convestro sowie Eloy Barrantes von nexxar zeigten, welche Rolle Social Media für den Erfolg der Reporting-Strategie spielen und wie ein Geschäftsbericht heute am besten seine Zielgruppen erreichen kann.

Dabei wurde auch eines deutlich: Visualisierung spielt in der Finanzkommunikation eine zentrale Rolle. Wie wir die Fähigkeit der menschlichen Wahrnehmung nutzen können, um mit Datenvisualisierungen – auch in der Unternehmensberichterstattung – effektiv kommunizieren können, zeigte Christina Stoiber, Researcherin an der FH St. Pölten, in ihrem Vortrag “Pictures of the eyes and mind.”

„Ein Bild sagt mehr als tausend Worte – oft sogar mehr – aber nur, wenn die Datenvisualisierung effektiv für die Zielgruppe gestaltet worden ist. Denn mittels grafischer Darstellungen, in Form von Datenvisualisierungen, sind wir Menschen in der Lage Zusammenhänge, Trends und Muster zu erkennen. Das Sehen, d. h. die visuelle Wahrnehmung im Gehirn, ist extrem schnell und effizient. Zusammenhänge, Trends und Muster können wir rasch erfassen“, so Stoiber.

**Künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen**

Auch, wenn Datenverarbeitung heute zum Alltag in der Finanzkommunikation gehört, „das Potential von Daten ist noch lange nicht erschöpft und die größten Umwälzungen stehen uns noch bevor“ – so Tassilo Pellegrini, Dozent am Department Digital Business und Innovation der FH St. Pölten, in seinem das Eingangsstatement.

Mit seinem Vortrag „Reporting to Machines“ griff Tassilo Pellegrini jene Thematik auf, die auch Harald Hagenauer von der Österreichischen Post AG zu Beginn des Symposiums eingebracht hat hat: „Wir müssen begreifen, dass wir nicht nur an Menschen, sondern auch an Maschinen berichten. Wer diese Logik verstanden hat, der kann darauf reagieren.“ Das Publikum des Symposiums konnte erfahren, ob und wie Maschinen die Bedeutung unserer Reports erkennen können und in welche Richtung sich Datennutzung und -verwertung künftig bewegt.

„Dass die Digitalisierung das Financial Reporting grundlegend verändert, ist für viele zu einer alltäglichen Erfahrung geworden. Und dass künstliche Intelligenz auch in diesem Tätigkeitsfeld Einzug halten wird, hat ob des inflationären Buzz Wordings stark an Neuigkeitswert eingebüßt“, sagt Pellegrini. Doch welche Technologien und Methoden das Digitale Reporting in naher Zukunft bei der Informationsarbeit unterstützen werden, bliebe den meisten trotz der vielen Trendbegriffe weitgehend verborgen.

Pellegrinis Vortrag warf einen laientauglichen Blick unter die Motorhaube des Financial Reporting und zeigte, auf welchen Kerntechnologien eine digitale Reporting-Kultur aufsetzen wird und in welchen Bereichen es lohnt bereits heute Wissen aufzubauen, um vorne dabei zu sein. „Digitales Reporting der nächsten Generation ist eine Kombination aus Wissensrepräsentation (XBRL), Mustererkennung (Machine Learning) und protokollbasierten Vertrauensmechanismen (Blockchain). Sie werden helfen Compliance-Vorgaben zu erfüllen, Corporate Governance mit Leben zu füllen und die stetig steigenden Anforderungen an das Financial Reporting zu meistern“, so Pellegrini.

**Visualisierungsvernissage**

Wie sich unsere Welt in Zahlen abbilden lässt, zeigte die abschließende Visualisierungsvernissage der Studierenden des Master Studiengangs Wirtschafts- und Finanzkommunikation der FH St. Pölten. Die heurigen Visualisierungsprojekte der Studierenden greifen erneut höchst aktuelle Themen der Finanzwelt auf und machen für uns das Unsichtbare sichtbar: Wie viele Directors‘ Dealings finden in österreichischen börsennotierten Unternehmen statt? Wie ist die Bedeutung von SPACs-IPOs einzuschätzen oder welche Rolle spielten Reddit und Twitter beim Hype von Gamestop?

Alle Vorträge und Visualisierungsprojekte können demnächst unter <https://fincom-symposium.fhstp.ac.at> nachgesehen und nachgelesen werden.

Das 6. Symposium Financial Communications wurde unterstützt von der Wiener Börse, C.I.R.A, IV NÖ, PRVA, nexxar, ÖFVA, Center for Corporate Reporting und dragonfly-finance.

**6. Symposium Financial Communications**

Data Reporting? What is the value of reports in a data-driven future?

10.06.2019, 13:00–19:00 Uhr, online

Weitere Infos: <https://fincom-symposium.fhstp.ac.at>

**Corporate Reporting Monitor**

<https://www.corporate-reporting.com/monitor20/insights>

**Fotos:**

Screenshots von der Veranstaltung, Credit: FH St. Pölten / Tabea Weiser

**Über die Fachhochschule St. Pölten**

Die Fachhochschule St. Pölten ist Anbieterin praxisbezogener und leistungsorientierter Hochschulausbildung zu den Themen Medien, Wirtschaft, Digitale Technologien, Informatik, Security, Bahntechnologie, Gesundheit und Soziales. 26 Studiengänge und zahlreiche Weiterbildungslehrgänge bieten ca. 3.500 Studierenden eine zukunftsweisende Ausbildung. Neben der Lehre widmet sich die FH St. Pölten intensiv der Forschung. Die wissenschaftliche Arbeit erfolgt zu den oben genannten Themen sowie institutsübergreifend und interdisziplinär. Die Studiengänge stehen in stetigem Austausch mit den Instituten, die laufend praxisnahe und anwendungsorientierte Forschungsprojekte entwickeln und umsetzen.

**25 Jahre FH St. Pölten – 25 Ideas for Future**

Die Fachhochschule St. Pölten feiert im Herbst 2021 das 25-jährige Bestehen – und richtet den Blick zu diesem Anlass explizit in die Zukunft: Über 25 Wochen lang präsentiert die FH St. Pölten 25 innovative Zukunftsideen von Studierenden, Lehrenden und Mitarbeiter\*innen und gibt so einen Einblick in ihre große inhaltliche Bandbreite und Innovationskraft. Das Finale bildet eine Ideenvernissage im Rahmen der Eröffnung des Campus St. Pölten im Oktober. Die aktuellen Zukunftsideen und weitere Informationen finden Sie hier: [www.fhstp.ac.at/25jahre](http://www.fhstp.ac.at/25jahre) .

**Informationen und Rückfragen:**

Mag. Mark Hammer

Fachverantwortlicher Presse

Marketing und Unternehmenskommunikation

T: +43/2742/313 228 269

M: +43/676/847 228 269

E: [mark.hammer@fhstp.ac.at](mailto:mark.hammer@fhstp.ac.at)

I: <https://www.fhstp.ac.at/de/presse>

Pressetext und Fotos zum Download verfügbar unter <https://www.fhstp.ac.at/de/presse>

Allgemeine Pressefotos zum Download verfügbar unter <https://www.fhstp.ac.at/de/presse/pressefotos-logos>

Die FH St. Pölten hält ausdrücklich fest, dass sie Inhaberin aller Nutzungsrechte der mitgesendeten Fotografien ist. Der Empfänger/die Empfängerin dieser Nachricht darf die mitgesendeten Fotografien nur im Zusammenhang mit der Presseaussendung unter Nennung der FH St. Pölten und des Urhebers/der Urheberin nutzen. Jede weitere Nutzung der mitgesendeten Fotografien ist nur nach ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung (Mail reicht aus) durch die FH St. Pölten erlaubt.

Natürlich finden Sie uns auch auf Facebook und Twitter:

<https://www.facebook.com/fhstp> und [https://twitter.com/FH**\_**StPoelten](https://twitter.com/FH_StPoelten)

Sollten Sie in Zukunft keine weiteren Zusendungen der Fachhochschule St. Pölten wünschen, senden Sie bitte ein Mail mit dem Betreff „Keine Presseaussendungen" an [presse@fhstp.ac.at](mailto:presse@fhstp.ac.at) .