



ÅRSRAPPORT PÅ NETTET – HVORDAN?

En stadig større del af virksomhedernes kommunikation finder sted på internettet – herunder formidlingen af årsrapporten. Der er over de seneste år sket en løbende udvikling inden for online-præsentationer af årsrapporter, og virksomhederne vælger vidt forskellige løsninger. Vi analyserer i dette nyhedsbrev de forskellige løsningsmodeller og virkemidler og ser nærmere på, hvilke overvejelser og valg virksomhederne bør gøre sig forud for valget af online-løsning.

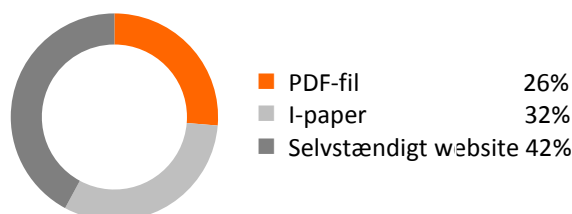
Årsrapporten og de aktiviteter, der typisk hører til, er et centralt element i de børsnoterede selskabers kommunikation. Derfor anvendes der i mange selskaber betydelige ressourcer på at udarbejde årsrapport og sikre en effektiv kommunikation heraf. I den forbindelse er det væsentligt at vurdere, hvordan der skabes mest mulig værdi for pengene, og i disse overvejelser indgår naturligt prioritering og valg af online-version af årsrapporten.

Fordele og muligheder ved online årsrapporten:

- Den når ud til et potentielt meget bredt publikum
- Den er let tilgængelig
- Den kan gøres levende fx ved brug af videointerviews og film
- Den kan i større eller mindre omfang erstatte den trykte årsrapport – og hermed reducere omkostninger og samtidig skåne miljøet

Ved en gennemgang af C20-selskabernes valg af online-løsning for årsrapporten kan det konstateres, at de aktive overvejelser fører til mange forskellige valg. Formen på online-årsrapporten strækker sig fra en direkte gengivelse af den trykte årsrapport i en "flad" PDF-fil til et selvstændigt site om årsrapporten med indbyggede multimedie-løsninger samt brugerdefinerede og interaktive funktioner.

Vi har opdelt online-løsningerne i tre primære grupper:



Vores gennemgang viser, at knapt halvdelen af de danske C20-virksomheder har valgt at udvikle et selvstændigt site om årsrapporten. Hver tredje har valgt en løsning med I-paper, og lidt færre har valgt en simpel PDF-version.

De forskellige valg af online-løsning må formodes blandt andet at skyldes:

- Vurderingen af årsrapportens betydning i forhold til selskabets samlede kommunikation og profilering
- Prioriteringen i forhold til de primære målgrupper
- Vurderingen af målgruppernes behov
- Økonomiske overvejelser

PDF-FIL AF ÅRSRAPPORTEN

Den nemmeste, billigste og mest simple udgave af online årsrapporten er en PDF-version af den trykte årsrapport. Denne løsning giver mulighed for nogle enkle funktioner i form af fx indeksering af PDF-filen, ligesom de enkelte kapitler i årsrapporten kan gemmes i selvstændige PDF-filer.

Fordele:

- Det er nemt, og der er ingen eller få omkostninger forbundet med denne løsning – det handler blot om at generere en PDF-fil og uploade den på websitet
- Den gengiver præcist den trykte årsrapport inklusive grafer og billeder, og der er ikke tvivl om, at dette er den gældende reviderede årsrapport
- Den er nem for modtageren at printe

Nyhedsbrev:

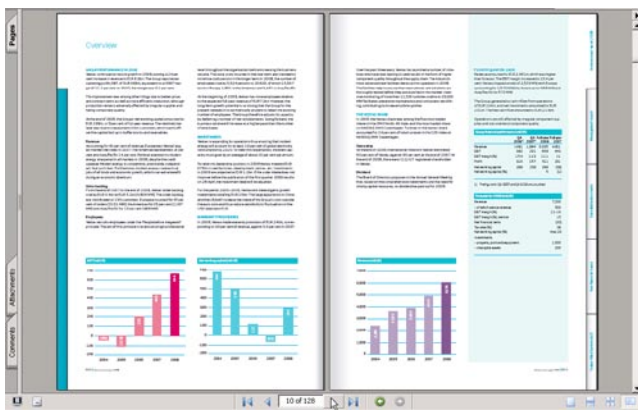
Årsrapport på nettet – hvordan?

Ulemper/begrænsninger:

- Løsningen har begrænset brugervenlighed, da PDF-filen ikke er tilpasset online-mediet
- Det kan tage lang tid at downloade PDF-filen
- Virksomheden risikerer at sende et signal om, at der ikke er prioriteret ressourcer og økonomi til årsrapporten

Inspiration:

Genmab, DSV, Vestas Wind Systems, Carlsberg, Jyske Bank og Sydbank har valgt denne løsning. En del selskaber vælger at supplere PDF-filen med fx webcast af årsrapportfremlæggelsen, resumé, hoved- og nøgletal mv.



Peter Wenzel Kruse, Senior Vice President, Group Communications, Vestas, har valgt den enkle PDF-løsning:

”Vi betragter groft sagt årsrapporten som en ud af fire del-årsrapporter, og årsrapporten er ikke længere årets omdrejningspunkt, hvilket den var tidligere. Årsrapporten skal indeholde det, den skal, men vi har valgt at bruge meget energi på andre materialer og aktiviteter, som tegner vores virksomhed udadtil. Det, mener vi, er en mere effektiv måde at nå ud til vores interessenter end at fokusere så meget på selve årsrapporten. Vores valg af online-løsning afspejler selvsagt denne prioritering af årsrapporten.”

ÅRSRAPPORTEN SOM I-PAPER

En I-paper-version af årsrapporten er lidt mere avanceret end PDF-løsningen og er baseret på standard software. Løsningen inkluderer funktioner, som er tilpasset online-mediet. Der er blandt andet mulighed for at bladre i dokumentet, indlægge lyd samt indsætte videoklip og andre levende elementer.

Fordele:

- Man får fornemmelse af, at der er tale om et fysisk dokument, og man får et klart indtryk af, at der er tale om den samlede årsrapport
- Den gengiver den trykte version af årsrapporten
- Løsningen kræver ikke, at modtageren har installeret særlige programmer

- Der er mulighed for at indsætte multimedie-klip, som gør årsrapporten mere levende

Ulemper/begrænsninger:

- Layoutet er stadig tilpasset det trykte medie, og teksten kan derfor være vanskelig at læse på en skærm
- En I-paper-version udnytter ikke fuldt ud de muligheder, der eksisterer for online-mediet
- En I-paper-version kræver, at der stadig eksisterer en simpel PDF-fil, som er nem at printe

Inspiration:

De virksomheder, der har valgt I-paper-løsningen er Danisco, FLSmidth & Co., Lundbeck, Nordea og William Demant.



Flere af virksomhederne har valgt at supplere med andre elementer, fx ved at lægge hoved- og nøgletal samt ”Forventninger til fremtiden” direkte på websitet. Derudover er der hos flere af virksomhederne mulighed for at downloade tallene i excel-format.

Lars Topholm, aktieanalytiker, Carnegie

”Som analytiker foretrækker jeg en simpel online-løsning fx en PDF-fil med indeks – det vigtigste er brugervenlighed, så keep it simple. Den helt flade PDF-fil er dog ikke brugervenlig, da man skal bruge for lang tid på at finde frem til det relevante – så der skal lidt mere til. Samtidig sætter jeg stor pris på, at man ikke bliver i tvivl om, hvad der er årsrapport, og hvad der ligger udover. Selvstændige sites bliver nemt meget uoverskuelige.”

SELVSTÆNDIGT SITE OM ÅRSRAPPORTEN

Den mest avancerede udgave af den elektroniske årsrapport er at etablere et selvstændigt site. Det giver mulighed for at udnytte online-mediet fuldt ud og rent grafisk præsentere rapporten i et design, der tager udgangspunkt i mediet, bl.a. i forbindelse med brug af grafer, videomateriale og andre multimedie-klip. Dermed kan man levendegøre virksomheden samt gøre tilgangen til årsrapporten mere brugervenlig og appetitvækkende.

