

punctum

PREMIUM-RECYCLINGPAPIERE

NR. 7 2018

Voll im Trend
mit Premium-
Recycling-
papieren und
CSR-Bericht



VERSTÄNDLICH FÜR ALLE STAKEHOLDER

MVV ENERGIE

Authentische Kommunikation statt Informationsüberfrachtung

Als zukunftsorientiertes Energieunternehmen mit kommunalen Wurzeln ist Nachhaltigkeit fester Bestandteil unserer Unternehmensstrategie und unseres Geschäftsmodells. Dies entspricht unserer besonderen Verantwortung sowohl für die gesellschaftliche Entwicklung als auch für Umwelt- und Klimaschutz. Im Rahmen unseres Nachhaltigkeitsprogramms konzentrieren wir uns auf Themen, Prozesse und Maßnahmen, die eng mit unserem Kerngeschäft, das heißt mit unseren Produkten und Dienstleistungen, verbunden sind.

Bei MVV achten wir auch in den „kleinen“ Dingen auf Umweltschutz. Beispielsweise drucken wir unseren Geschäftsbericht seit 2011 auf Recyclingpapier und CO₂-neutral. Gleichzeitig reduzieren wir kontinuierlich die Druckauflage. Im Arbeitsalltag soll soweit möglich auf das Ausdrucken di-



gitaler Dokumente verzichtet werden. Dank neuer Multifunktionsdrucker fördern wir doppelseitiges Drucken und Kopieren. In unserer Verwaltung liegt der Anteil von Recyclingpapier mittlerweile bei nahezu 100 Prozent.

Ganzheitlich und langfristig ausgerichtet ist auch unser Reporting. Mit der kommenden Berichterstattung zum Geschäftsjahr 2018 vollziehen wir den letzten Schritt eines stakeholderorientierten Kommunikationskonzepts, das wir vor zwei Jahren aufgesetzt haben: Neben einem gedruckten Unternehmensbericht, der die Unternehmensstrategie und die Leistungen von MVV für die einzelnen Stakeholder anschaulich beschreibt, veröffentlichen wir einen Finanzbericht und einen Nachhaltigkeitsbericht, jeweils digital als PDF, sowie einen Onlinebericht, in dem der Unternehmens- und der Finanzbericht zu finden sein werden.

Der digitale Finanzbericht, der sich an die Akteure des Kapitalmarkts richtet, enthält neben dem Lagebericht und dem Jahresabschluss auch alle anderen gesetzlich zu veröffentlichenden Angaben, die sich unter anderem aus unserer Börsennotierung ergeben. Im Nachhaltigkeitsbericht, den wir zeitlich versetzt zum Unternehmensbericht und Finanzbericht veröffentlichen werden, stellen wir die ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit dar – ein hochwertiger, informativer und glaubwürdiger Nachhaltigkeitsbericht, um so unsere Stakeholder von der Zukunfts- und Leistungsfähigkeit des Unternehmens zu überzeugen.



PHILIPP RIEMEN
BEREICHSLIETTER FINANZEN UND
INVESTOR RELATIONS
MVV ENERGIE AG
MANNHEIM

„Nach Begutachten verschiedener Papiermuster mit dem Zertifikat FSC RECYCLED haben wir uns für den Geschäftsbericht 2017 für BalancePure® von Papyrus entschieden, da dieses einen hohen Weißegrad hat, das dem Corporate Design und der Gestaltung entgegenkommt. Bei der Auswahl war auch entscheidend, dass das BalancePure® weniger Einschlüsse aufwies als die anderen Recyclingpapiere.“

Mehr Informationen finden Sie hier:
www.mvv.de



HAPTISCHE HIRNNAHRUNG

HGB

*In der digitalen Welt ist Berührung unverzichtbar**Fortsetzung von Seite 12:*

Mit dem kompakten Unternehmensbericht richten wir uns an alle Stakeholder der MVV. Er setzt dafür neben Transparenz, Wesentlichkeit und Prägnanz auf Allgemeinverständlichkeit. Anstelle von Informationsüberfrachtung steht hier eine gezielte, authentische Kommunikation im Mittelpunkt.

Wie schon die vergangenen Magazine zu unserem Geschäftsbericht nutzt der Unternehmensbericht die spezifischen Stärken des gedruckten Mediums. Die visuelle Ansprache – durch starke, Nähe schaffende Bilder und durch attraktive, aussagekräftige Infografiken – steht im Vordergrund. Mit einem hohen Anspruch an Inhalte, Papier und Verarbeitung wollen wir erreichen, dass unsere Botschaften nachhaltig im Gedächtnis des Lesers haften bleiben. Dafür verwenden wir Recyclingpapier in hoher Qualität, das mit einer guten Bild- und Schriftwiedergabe sowie seiner angenehmen Haptik die Hochwertigkeit des Geschäftsberichts – und zukünftig des Unternehmensberichts – transportiert.

Die Berichterstattung verlagert ihren Schwerpunkt: Der Bericht wird über seine Kernzielgruppe der Investoren und Aktionäre hinaus zu einem immer wichtigeren Instrument für die Kommunikation mit den weiteren Stakeholdern des Unternehmens wie Kunden, Geschäftspartnern, (potenziellen) Mitarbeitern, regionaler Öffentlichkeit sowie Bürgern.

Bei der Gestaltung der Kommunikationskanäle spricht beim Unternehmensbericht viel für ein gedrucktes Produkt. Dieses kann durch besondere optische oder haptische Elemente die Sinne des Lesers ansprechen, wenn es die Multisensorik geschickt einsetzt. Neben Inhalt, Konzeption und grafischer Gestaltung verwandelt Papier Information in echtes Erlebnis. Je digitaler unsere Welt wird, desto dringender brauchen wir Berührung. Jeder beteiligte Sinn erhöht die Gehirnaktivität und somit auch die Informationsaufnahme des Lesers. Oder anders ausgedrückt: Print ist haptische Hirnnahrung und Publikationen in attraktiver Verarbeitung liefern immer wieder Nährstoff.

Deshalb gebührt der Papierwahl die nötige Aufmerksamkeit und ist für uns ein wichtiges Thema im Berichtsprozess. So war dies auch bei den bisher-

gen Geschäftsberichten unseres Kunden MVV der Fall. Für den Geschäftsbericht 2017 kamen für das MVV-Team nur Recyclingpapiere mit dem Zertifikat FSC RECYCLED in Frage. Um sich haptisch abzuheben, sollte der Geschäftsbericht im Gegensatz zu dem beigefügten bebilderten Magazin, für das ein gestrichenes Papier gewählt wurde, auf einem ungestrichenen Papier gedruckt werden. Beides war mit Recyclingpapieren aus 100 Prozent Altpapier möglich, die heutzutage durch eine besonders gute Umweltbilanz ohne Abstriche bei der Qualität – wie hohe Weiße – sowie hervorragende Druckeigenschaften überzeugen.



HGB
Die Spezialisten.

PETER POPPE
GESCHÄFTSFÜHRENDE GESELLSCHAFTER
HGB HAMBURGER GESCHÄFTSBERICHTE
GMBH & CO. KG
HAMBURG

„Reporting kann mehr bieten, als nur deskriptiv Rechenschaft abzulegen. So kann es vor allem die Strategie und Wertschöpfung der Unternehmen erklären und auch Aufschluss geben über den Unternehmenswert in seinen unterschiedlichen Facetten: als Aktie, in Produkten und für die diversen Anspruchsgruppen. Auf diese Weise stellt das Reporting den Business Case ganzheitlich dar.“

Mehr Informationen finden Sie hier:
www.hgb.de

