

Inhaltsverzeichnis

1 Ziele und methodisches Vorgehen	1
2 Warm-up und Einstieg in die Untersuchung	5
2.1 Warm-up	5
2.2 Der erste Eindruck zählt	6
2.2.1 <i>Titel</i>	7
2.2.2 <i>Gesamteindruck</i>	10
2.2.3 <i>Tätigkeit des Unternehmens</i>	12
2.3 Der zweite Eindruck	16
3 Der Geschäftsbericht – ein Arbeitsinstrument	19
3.1 Wesentliche Informationen schnell finden – Strategie	19
3.2 Wesentliche Informationen schnell finden – Navigation	25
3.3 Layout und Typografie	29
3.4 Management	38
3.5 Tabellen und Diagramme	44
3.6 Abbildungen und Farbe	52
4 Design bringt Inhalte zur Wirkung	57
4.1 Was bleibt in Erinnerung	57
4.2 Zu guter Letzt	63
5 Fazit	67
5.1 Sieben Leitsätze	67

6 Anhang	69
6.1 Auswahl der besprochenen Seiten im Überblick	69
6.1.1 <i>Original-Geschäftsbericht</i>	69
6.1.2 <i>Überarbeiteter Geschäftsbericht</i>	72
6.2 Bewertungskriterien des cci	75
6.2.1 <i>Print</i>	75
6.2.1 <i>Online</i>	77
6.3 Abbildungsverzeichnis	78
6.4 Literaturverzeichnis	80
6.5 Danksagung	82

Visuell berichten

Eine Studie zum Potenzial der Gestaltung in
Geschäftsberichten

Grosse, G.; Ripperda, K.; Voelzkow, A.

2016, X, 82 S. 36 Abb., 16 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-14137-0