

KURZSTUDIE
HAMBURG, 29. JUNI 2021

Vorstand auf Abstand?

EINE ANALYSE DER VORSTANDSINSZENIERUNG
IN DEN DAX-160-GESCHÄFTSBERICHTEN 2020

**KIRCHHOFF**

Ein etwas anderer Jahresabschluss...

Zusammenfassung und Hintergrund

Ob virtuelle Hauptversammlungen, digitale Aufsichtsratssitzungen oder die unzähligen Videokonferenzen – zum Geschäftsjahresabschluss 2020 fanden die meisten Ereignisse im Frühjahr in hybrider oder vollständig virtueller Form statt. Die Einschränkungen infolge der Pandemie erschwerten den Akteuren damit auch viele Vor-Ort-Termine – zum Beispiel für die standardmäßige Aufnahme aktueller Vorstandsfotos.

In der vorliegenden Kurzstudie haben wir untersucht, für welche Art der Vorstandsinszenierung sich die DAX-160-Unternehmen in der Folge entschieden und wie kreativ sie hinsichtlich der Umsetzung waren.

- Kirchhoff Consult untersuchte die fotografische und bildliche Inszenierung der DAX-160-Vorstände in den Geschäftsberichten 2020.
- Ziel der Kurzstudie war es, die häufigsten Darstellungsformen zu identifizieren. Pandemiebedingt standen die Unternehmen in der Berichtssaison 2020 vor organisatorischen Herausforderungen. Ein besonderes Interesse der Untersuchung galt daher der Frage, ob sich die Unternehmen bei der Präsentation der Vorstandsmitglieder möglicherweise für kreative Ansätze entschieden – und wenn ja, für welche.
- Die Analyse ergab, dass 29 der 160 DAX-Unternehmen ihren Vorstand in diesem Jahr mit einem aktuellen Gruppenfoto ablichteten (Vorjahr: 75). Zehn von ihnen griffen dabei das Motiv des Abstandshaltens aktiv auf. Die beliebteste Darstellungsform ist jedoch die Präsentation der Vorstände über nebeneinanderstehende Einzelporträts (60 Unternehmen). 17 Unternehmen entschieden sich, das Gruppenmotiv mit Hilfe einer Illustration oder einer Fotomontage nachzustellen. 40 Unternehmen verzichteten komplett auf eine fotografische Abbildung der Vorstandsmitglieder (Vorjahr: 32).

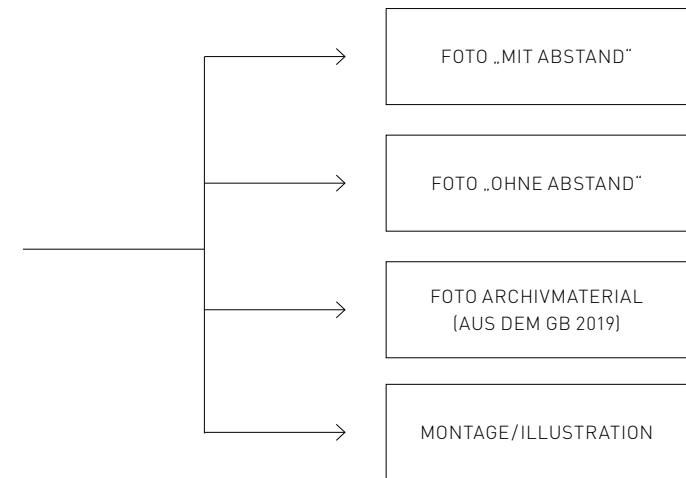
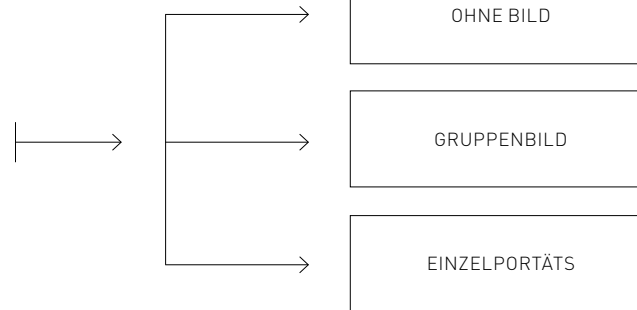
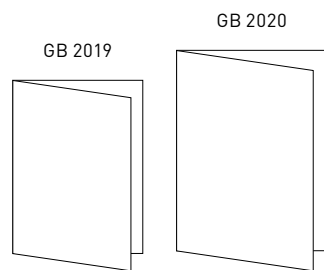


Wie präsentierten sich die DAX-Vorstände im Pandemiejahr?

Sample: DAX 160 (DAX, MDAX, SDAX)

Analysegegenstand: Präsentation des Vorstands im Geschäftsbericht 2020 (und zum Vergleich im Geschäftsbericht 2019).

Berücksichtigt wurden alle bis zum 15. Mai 2021 veröffentlichten Geschäftsberichte 2020 (N = 154). Nicht berücksichtigt wurde das Foto des Vorstandsvorsitzenden im Rahmen des Briefs an die Aktionäre.



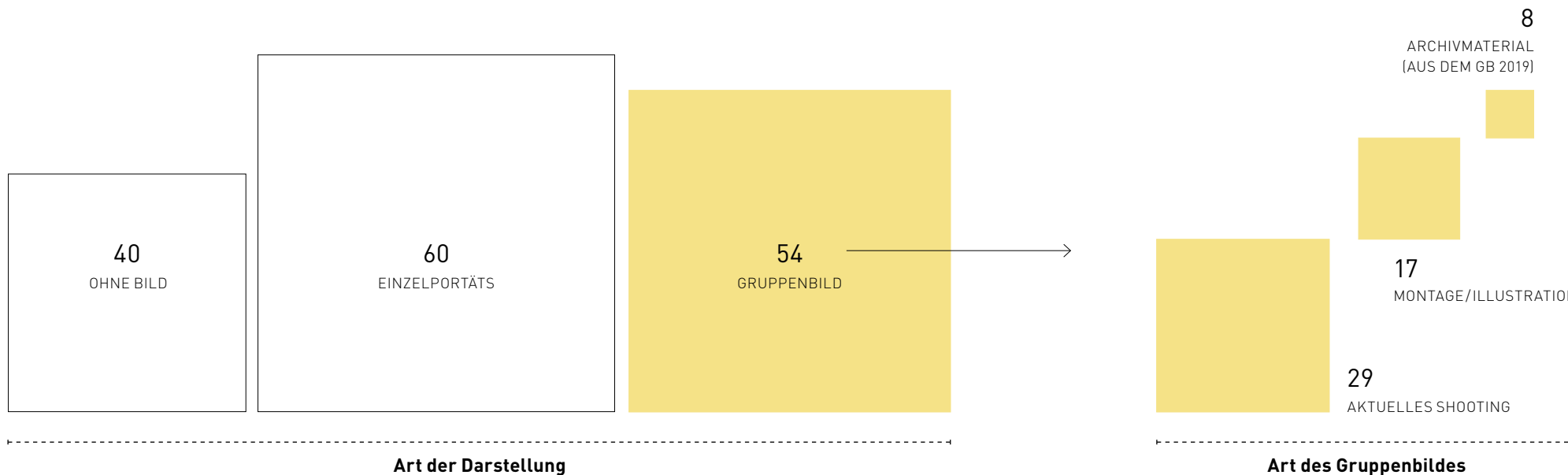
I. Analyse GB 2020 / Vergleich GB 2019

II. Bewertung der Darstellungsform

Einzeln, als Gruppe oder ohne Bild?

Überblick der Darstellungsformen in den Geschäftsberichten 2020

- 40 Unternehmen verzichteten auf eine Abbildung des Vorstands (26%).
- 60 der DAX-160-Unternehmen entschieden sich bei der Abbildung des Vorstands für Einzelporträts (39%).
- 54 Unternehmen bildeten die Vorstandsmitglieder gemeinsam als Gruppe ab (35%).



31

der Unternehmen, die im Vorjahr noch ein echtes Gruppenbild abbildeten, verzichteten 2020 auf diese Darstellungsform – 24 von ihnen bildeten stattdessen **Einzelporträts** ab.

61%

geringer ist der Anteil aktueller Gruppenfotos des Vorstands gegenüber dem Vorjahr. Der zu verzeichnende **Rückgang** ist vermutlich auf die pandemiebedingten Einschränkungen zurückzuführen.

Mit oder ohne Abstand?

Gruppenfotos im Geschäftsbericht 2020

Insgesamt jedes fünfte Unternehmen lichtete seine Vorstandsmitglieder in einem aktuellen (nach unserem Eindruck im Rahmen einer realen Fotosituation vor Ort entstandenen) Gruppenfoto ab.

Auffällig: Während nur zwei der DAX-30-Unternehmen ein aktuelles Gruppenfoto abbildeten, taten dies im MDAX immerhin 14 von 60 – und damit fast jedes vierte Unternehmen.

10

MIT ABSTAND



19

OHNE ABSTAND



10

Unternehmen griffen das Motiv des Abstandhaltens aktiv im Rahmen ihres Vorstandsfotos auf – beispielsweise, indem die Personen mit **offensichtlichem Abstand** zueinander im Raum positioniert wurden.

17

der insgesamt 54 Unternehmen, die 2020 ein Gruppenmotiv abbildeten, **„simulierten“** die Gruppensituation. Hierzu zählen Darstellungsformen wie Illustrationen oder die digitale Zusammensetzung des Motivs aus Einzelaufnahmen (= Montage).

Fotografie weiterhin beliebt

Erkenntnisse der Kurzstudie

Eine Erkenntnis unserer Kurzstudie: Insgesamt 76 % aller DAX-160-Unternehmen entschieden sich – in irgendeiner Weise – für eine Abbildung ihres Vorstands im Geschäftsbericht. Der Anteil bleibt damit fast unverändert gegenüber dem Vorjahr (79 %). Dass dennoch deutlich weniger Unternehmen ein – nach unserem Eindruck – reales Gruppenfoto umsetzen, überrascht aufgrund der bereits erwähnten Umstände nicht. Während das Gruppenmotiv bei einigen Unternehmen stattdessen illustrativ oder durch eine Fotomontage simuliert wurde, entschied sich ein Großteil für eine Abbildung der Vorstandsmitglieder als Einzelporträts. Die Thematik des Abstandhaltens bei der fotografischen Inszenierung ihrer Vorstände griffen indes nur wenige Unternehmen auf.

Oben **➤ Aurubis**
[Geschäftsbericht 2019/20](#)

Rechts **➤ Carl Zeiss Meditec**
[Geschäftsbericht 2019/20](#)

Links **➤ Hugo Boss**
[Geschäftsbericht 2020](#)

Elegant mit Abstand

Aurubis, Carl Zeiss Meditec und Hugo Boss greifen die Thematik des Abstandhaltens szenisch in ihrem diesjährigen Vorstandsphoto auf.



„Das Vorstandsfoto ist die optische Visitenkarte des Unternehmens. Das Führungsteam sollte Präsenz zeigen – gerade in diesen speziellen Zeiten. Das Foto ist eine Chance, um eine persönliche Bindung herzustellen – insbesondere zu den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Unternehmens, aber auch zu den Aktionären und potenziellen neuen Bewerberinnen und Bewerbern.“

Andreas Pohlmann,
CEO- und Vorstandsfotograf



- Oben [➔ HHLA
Geschäftsbericht 2020](#)
- Rechts [➔ GEA Group
Geschäftsbericht 2020](#)
- Links [➔ ZEAL Network
Geschäftsbericht 2020](#)

Der Video-Call
Bei der GEA Group, der HHLA und Zeal Network kommt der Vorstand im Video-Call zusammen.



Oben ↗ Deutsche Wohnen
Geschäftsbericht 2020

Unten ↗ Bechtle
Geschäftsbericht 2020

Gemeinsam auf Abstand

Auch bei den Unternehmen Bechtle und Deutsche Wohnen wurden beim diesjährigen Fotoshooting alle Abstände eingehalten.



Auch in Zukunft gefragt?

Das Vorstandsfoto, so zeigt es unsere Analyse, besitzt bei den meisten Unternehmen weiterhin seinen etablierten Platz im Geschäftsbericht. Obwohl einzelne Unternehmen in diesem Jahr auf eine aktuelle Ablichtung des Vorstands verzichteten, ist deshalb nicht davon auszugehen, dass das Vorstandsfoto langfristig verschwinden wird. Mit einer aktuellen Aufnahme des gesamten Vorstands lassen sich unter anderem Aktualität und Professionalität der Unternehmenskommunikation demonstrieren. Eine besondere Bedeutung kommt dem Vorstandsfoto darüber hinaus bei Börsenneuungen zu, wie im Jahr 2020 Siemens Energy (mit Vorstandsfoto im Geschäftsbericht), aber beispielsweise auch nach einer Neuzusammensetzung des Vorstands. „Persönlichkeit ist zudem ein zunehmend wichtiger Faktor in der Kommunikation mit Stakeholdern. Das zeigt sich unter anderem an der steigenden Aktivität von Vorstandsmitgliedern auf sozialen Netzwerken wie LinkedIn“, so Yannick Schmiech, Consultant bei Kirchhoff Consult. „Die wahrgenommene Qualität des Managements gilt darüber hinaus als Einflussfaktor bei der Bewertung eines Unternehmens. Ein überzeugendes Foto der Unternehmensführung kann hier einen Beitrag leisten.“

Drei Fragen an ...

Andreas Pohlmann, CEO- und Vorstandsfotograf



Andreas Pohlmann

lebt in München und arbeitet seit über 15 Jahren selbstständig als Fotograf für CEO- und Vorstandsfotografie. In dieser Zeit hat er bereits zahlreiche DAX-Vorstände fotografisch in Szene gesetzt.

➔ www.andreaspohlmann.com

Was zeichnet Ihrer Meinung nach das perfekte Vorstandsfoto aus?

Das eine perfekte Vorstandsfoto kann es nicht geben. Jeder Moment, in dem ein Foto entsteht, ist sehr individuell. Ein ultimatives Rezept existiert daher nicht. Entscheidend ist neben einer guten Vorbereitung vor allem der Moment, in dem die Aufnahme entsteht. Besonders das Vertrauen zu den Personen und langjährige Beziehungen können ein großer Vorteil sein, wenn es um die Umsetzung neuer Bildideen geht.

Gab es in den letzten Jahren eine besondere Entwicklung im Bereich der Vorstandsfotografie, die Sie beobachtet haben?

Die ursprüngliche Überzeugung davon, dass ein einziges Foto des Vorstands ausreichend ist, ist längst überholt. In den letzten drei bis vier Jahren haben wir stattdessen häufig Fotoserien in

unterschiedlichen Settings umgesetzt. Neben den Jahresberichten sind die verschiedenen Motive aus einer Fotoreihe nicht selten auch in weiteren Medien zu sehen.

Welche Herausforderungen bei den Aufnahmen der Fotos konnten Sie in diesem Jahr beobachten?

Die Abstandsregelungen mussten auf verschiedene Weise bei den Gruppenfotos umgesetzt werden. Das betraf zum einen die Suche nach den Räumlichkeiten, die trotz der Abstände eine interessante Gruppenaufstellung möglich machten. Das klassische Gruppenfoto war in diesem Jahr nicht ohne weiteres umzusetzen. Eine weitere Lösung, die wir fanden, war es, die Vorstände einzeln nacheinander zu fotografieren und anschließend zu einem Bild zusammenfügen.



Oben ↗ [Fresenius Medical Care
Geschäftsbericht 2020](#)

Unten ↘ [Evonik Industries
Finanzbericht 2020](#)

Illustriert statt fotografiert
Evonik und Fresenius Medical Care
entschieden sich für eine illustrative
Darstellung ihrer Vorstandsmitglieder.

**„Bei der Darstellung der Vorstände
kommt es immer auch darauf an, eine
Lösung zu finden, die zur Kultur des
Unternehmens passt. Das gilt nicht
nur für das Fotomotiv, sondern für den
gesamten Aspekt der Gestaltung.“**

Thorbjörn Stäcker,
Senior Art Director Kirchoff Consult



Im Auftritt vereint

Koenig & Bauer und Vonovia ließen sich dieses Jahr etwas Besonderes einfallen: Statt eines Gruppenfotos wird die Zusammenghörigkeit des Vorstands über die Bildsprache und einen einheitlichen Dresscode signalisiert.

Oben rechts

➔ Vonovia
Geschäftsbericht 2020

Unten links

➔ Koenig & Bauer
Geschäftsbericht 2020



Gestaltete Einheit

In den Geschäftsberichten von Covestro und Metro fügen sich die Einzelporträts der Vorstandsmitglieder in die gestalterische Umgebung des Berichtslayout ein.

Oben links

➔ Covestro
Geschäftsbericht 2020

Unten rechts

➔ Metro AG
Geschäftsbericht 2019/20



Impressum/ Kontakt

HERAUSGEBER

Kirchhoff Consult AG
Borselstraße 20
22765 Hamburg

T +49 40 609186-0
F +49 40 609186-16

info@kirchhoff.de
www.kirchhoff.de

PRE SSEANFRAGEN

Yannick Schmiech
Consultant
T +49 40 609186-53
yannick.schmiech@kirchhoff.de

DESIGN

Thorbjörn Stäcker
Senior Art Director
T +49 40 609186-42
thorbjoern.staecker@kirchhoff.de

Johannes Schleede
Senior Art Director
T +49 40 609186-46
johannes.schleede@kirchhoff.de

DISCLAIMER

Diese Publikation ist lediglich als allgemeine, unverbindliche Information gedacht und kann daher nicht als Ersatz für eine umfassende Auskunft dienen. Obwohl sie mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität. Eine Verwendung liegt damit in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung seitens der Kirchhoff Consult AG wird ausgeschlossen.

Wir bedanken uns bei allen Kolleginnen und Kollegen, die an der Publikation mitgewirkt haben.

CREDITS

Aurubis (Thies Rätzke); Bechtle (Darius Ramazani); Carl Zeiss Meditec (Anna Schroll); Covestro; Deutsche Wohnen (Andreas Pohlmann); Evonik Industries (Oriana Fenwick via Kombinatrotweis); Fresenius Medical Care (Katharina Lutz/Simone Silbernagel); GEA Group (Andreas Kühlken); HHLA (Thies Rätzke); Hugo Boss (Andreas Pohlmann); Koenig & Bauer (Daniel Schwarz); Metro AG (Henning Ross); Vonovia (Catrin Moritz); ZEAL Network (Marc Hohner/Impacct)

ÜBER KIRCHHOFF CONSULT AG

Die Kirchhoff Consult AG ist ein Team von Spezialisten in den Bereichen Capital Markets, Corporate Communications und Sustainability/ESG. Das Unternehmen ist führend in der Konzeption und Gestaltung von Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichten, der Unterstützung von Investor Relations und Begleitung von Börsengängen sowie in der Strategieentwicklung und Kommunikation von unternehmerischer Verantwortung. In den Kompetenzfeldern Advisory, Design, Text, Digital und Film entwickeln über 60 Mitarbeiter ganzheitliche Lösungsansätze für Kunden aller Größen und Branchen.

