

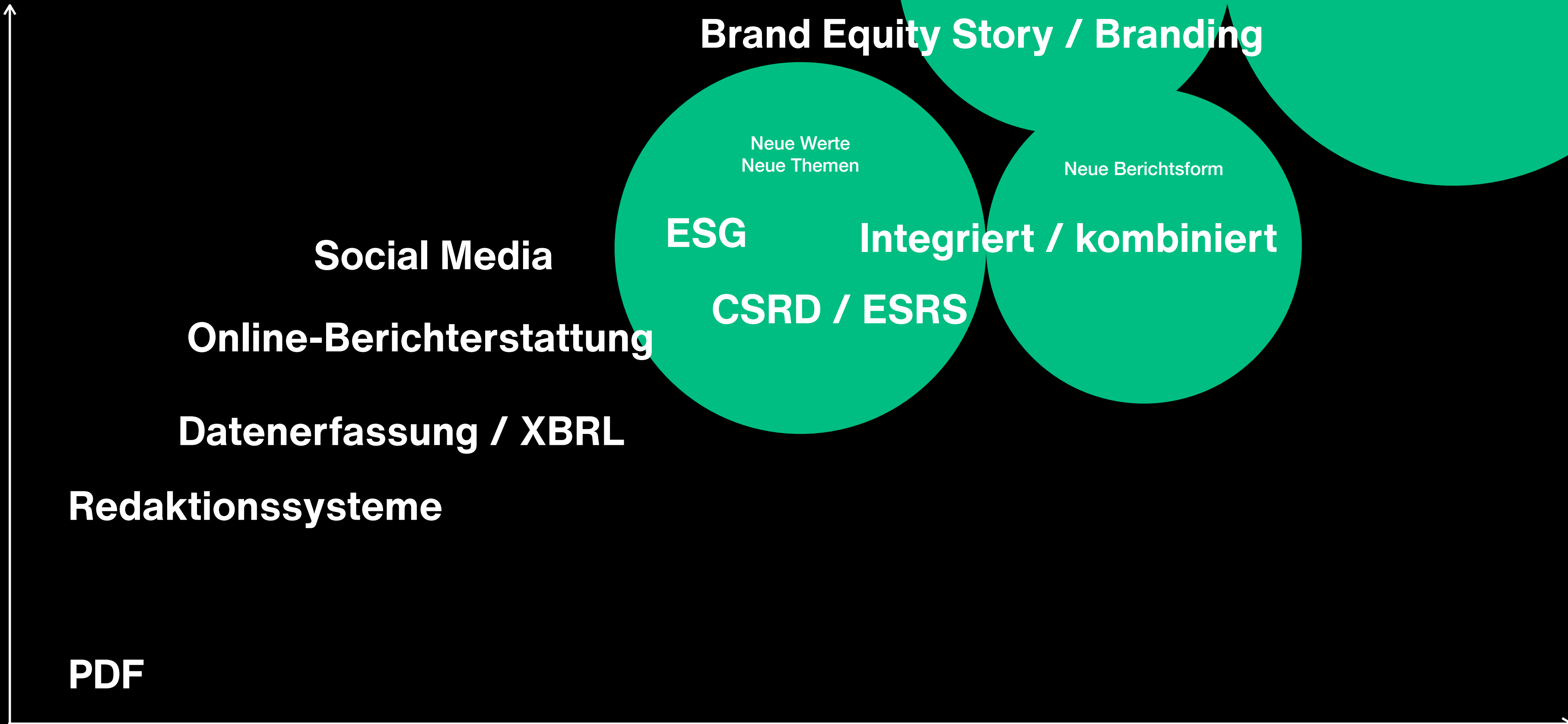
Circular Reporting

Wie sich der Wirkungskreis
im Reporting erweitern lässt

Neues Umfeld

Innovation

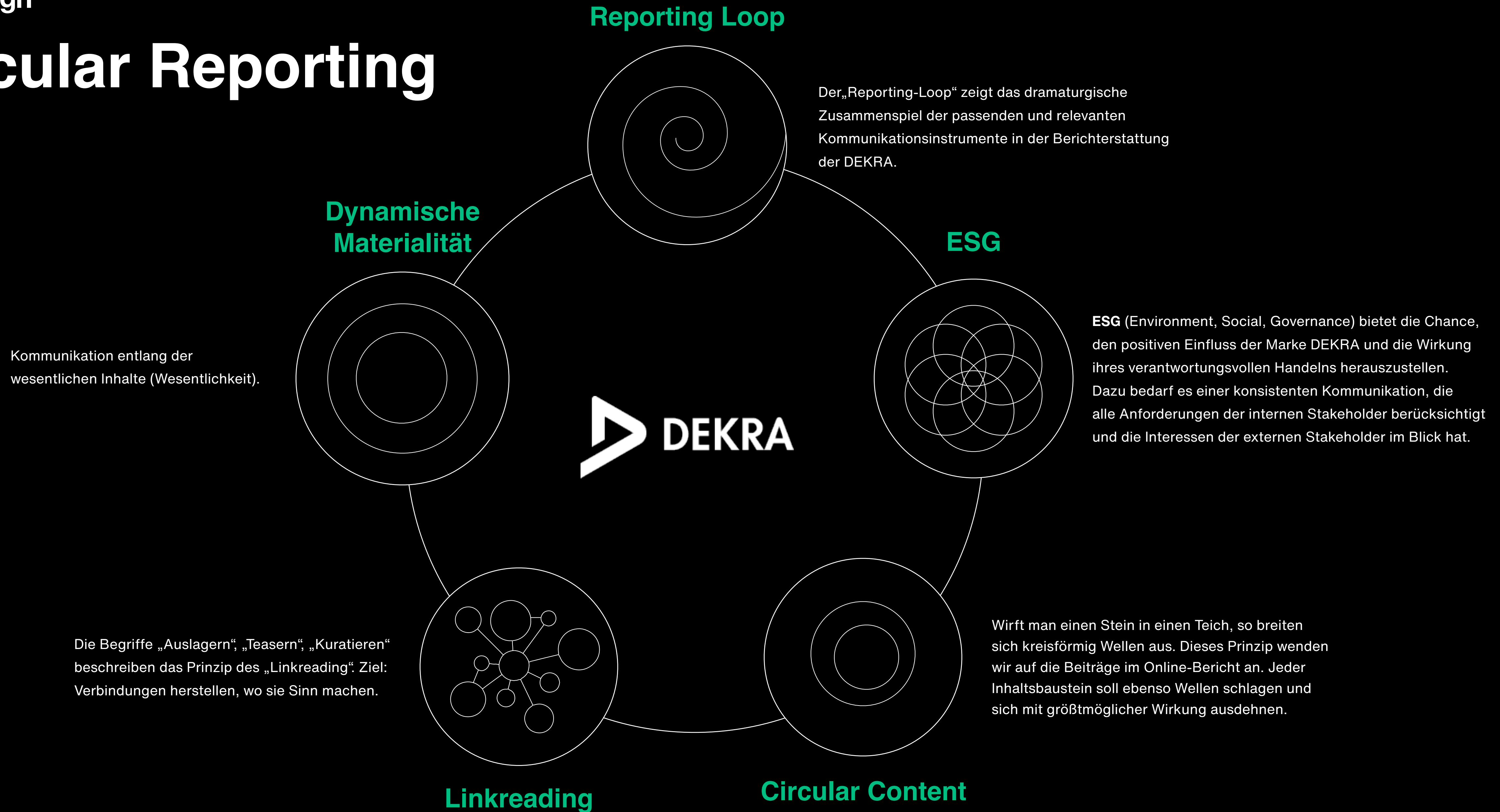
Potenziale



Zeit

Zukunft

Circular Reporting





Reporting Loop



Themen-
Katalysator



Fortsetzung der
Themen oder
Verzahnung von
Inhalten



Positionierung
über Themen
(strategische
Themen,
Markenthemen)



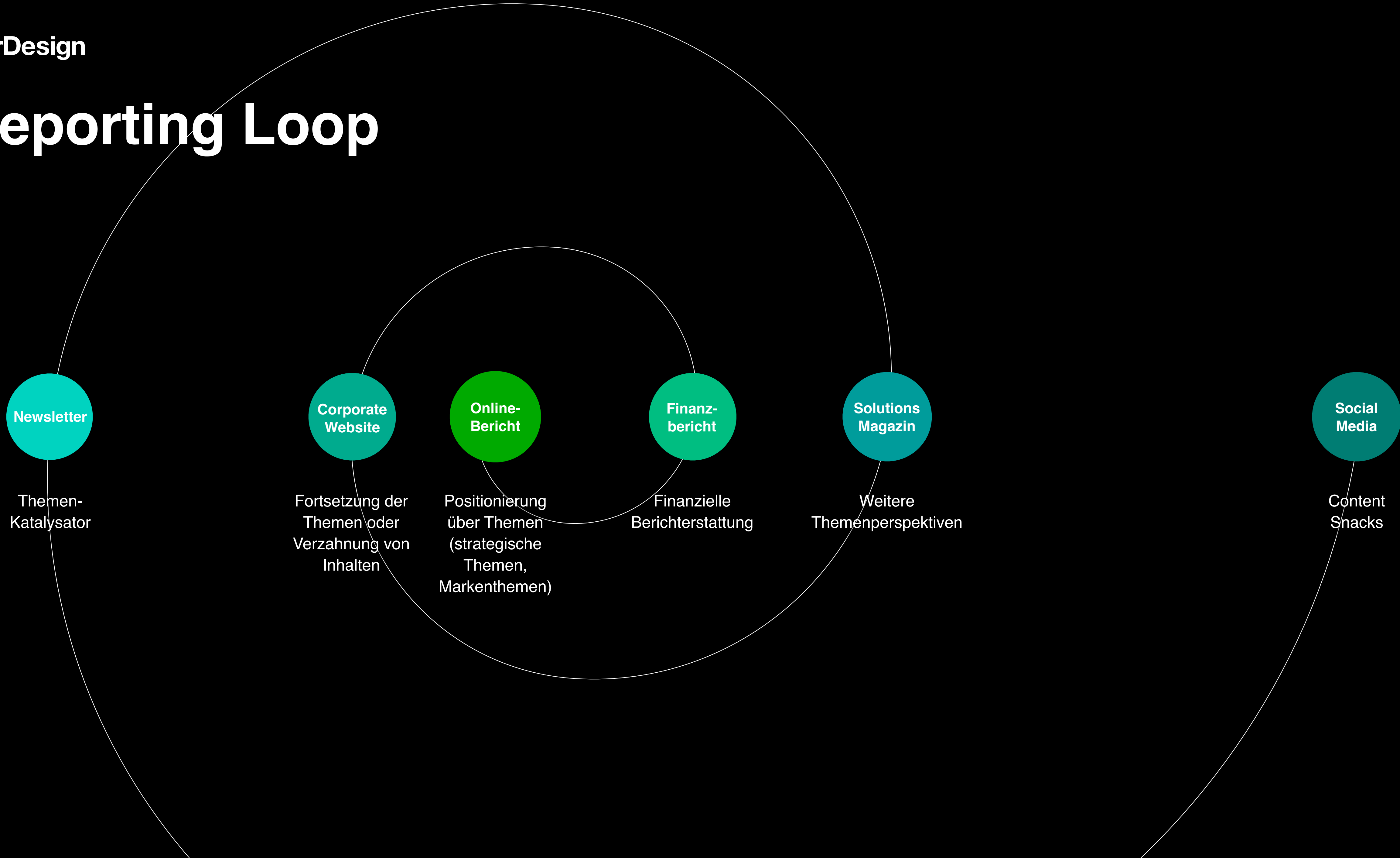
Finanzielle
Berichterstattung



Weitere
Themenperspektiven



Content
Snacks



Fazit

1. Reporting ist ein bedeutender „Kanal“ für die Markenkommunikation und wird immer wichtiger für Marken.
2. These: Das Reporting löst zunehmend die klassische Unternehmens- oder Imagekommunikation ab.
3. Themen entlang der öffentlichen Diskussion stärken die Rolle der Marke als Agenda Setter.
4. Die richtigen Themen unterstreichen die Positionierung als zukunftsfähige Marke.
5. Ein fortlaufender Strom an Inhalten bindet die Stakeholder (Circular Reporting).

→ **gb2023.dekra-online.de**

wirDesign

Seit über **20 Jahren**
unter den **Top 10**
der Design- und
Markenagenturen

Weit über
350 Berichte
in mehr als
20 Jahren

Platz #1

wirDesign ist der **am besten**
bewertete Arbeitgeber
der **Top 10** CD-Agenturen
Deutschlands.



We take

**Climate
Action**