

# Den nya årsredovisningen är här

Glöm den digra luntan med sifferstatistik och några obligatoriska VD-ord om året som gått. Tiden då bolagsrapporten var en intern angelägenhet för revisorer och investerare är över – i stället har företagen börjat se möjligheterna. Årsredovisningen är redan ett kraftfullt marknadsföringsverktyg, och andra förändringar är i full gång.

Orsakerna till det ökade intresset är flera. Inte minst har de mediala förutsättningarna för en välgjord årsredovisning ändrats. Det finns ett flertal årliga tävlingar som belönar form och innehåll, och höga placeringar ger åtråvärd uppmärksamhet. Vidare har även regelverket på EU-nivå skärpts, bland annat genom nyligen antagna Transparency Directive. Det ställer högre krav på tydlighet, faktastruktur och, som namnet antyder, transparens. Följden har blivit mer omfattande och komplexa dokument, där en mer pedagogisk presentation närmast är en nödvändighet.

## Nätet tar över

En viktig faktor är förstås också Internet, där den mest spännande utvecklingen sker. Från att ha setts som ett bra komplement till den tryckta, fysiska versionen, är rollerna snart ombytta. I takt med att de digitala presentationsmöjligheterna vidgas kommer fokus att skifta till var mans dator. Många företag nöjer sig fortfarande med att låta nätversionen vara en statisk, inskannad pdf, men allt fler börjar se potentialen.

## Etik och miljö stark trend

Andra viktiga trender är ett tydligare engagemang i etik och miljö. I kölvattnet efter IT-bubblan och Enron-skandalen har resonemanget

kring ansvarsfullt företagande och etiska frågeställningar flyttats upp på dagordningen. Det ökade intresset för miljöfrågor har samtidigt gjort exempelvis hållbarhetsredovisningar till ett självklart inslag för många.

## Årsredovisningen – ett profileringsverktyg

Svenska årsredovisningar ligger sedan länge i den internationella toppen, och vinner regelbundet utmärkelser. Företagen har insett att årsredovisningen kan vara en kommunikationskanal långt bortom den traditionella målgruppen och en integrerad del av den övriga marknadsföringen – rentav en goodwillskapare.

### Värt att veta om årsredovisningar 2007

- » Ett flertal tävlingar belönar årsredovisningars form och innehåll – höga placeringar ger medieutrymme och uppmärksamhet
- » EU:s Transparency Directive har höjt kraven på tydlighet, utförlighet och transparens för bolagsrapporter
- » Årsredovisningen är inte längre bara statistik och finansiell information utan ett viktigt verktyg för profilering och marknadsföring
- » Fokus på väg från den fysiska broschyren till den digitala nätversionen
- » En bra årsrapport skapar förtroende och goodwill

### De vanligaste svagheterna

- » Tråkiga omslag
- » Konventionella, alltför tillbakablickande VD-texter
- » Brist på långsiktiga sammanhang och utvecklingslinjer
- » Statiska, redovisande nätversioner – inget nytänkande

## Fem steg till färdig årsredovisning

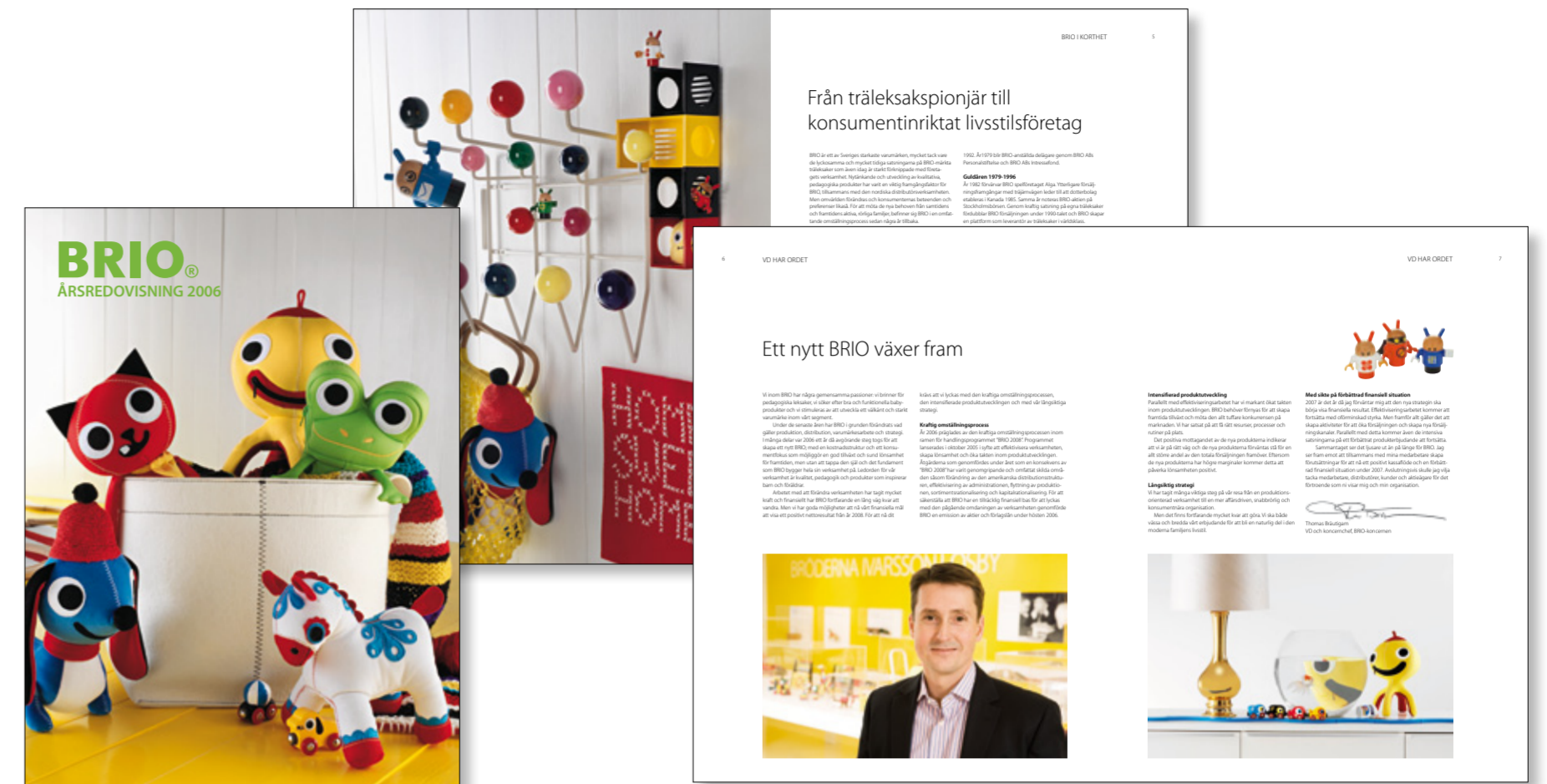
**1. Kunskapsinhämtning/Analys**  
Vi planerar och genomför insamling av kunskap. Denna analyseras utifrån nyckelbegrepp som varumärkesvärden, strategiska budskap och primära/sekundära målgrupper.

**2. Struktur / Innehåll**  
Innehållets totala omfattning fastläggs, och materialet struktureras sedan i en ändamålsenlig och lättillgänglig form. Årsredovisningen har nu en övergripande disposition.

**3. Texter**  
Eventuella kompletterande intervjuer görs. Texter skrivs och stäms kontinuerligt av med berörda personer hos uppdragsgivaren.

**4. Grafisk form**  
Materialet ges en grafisk form genom att bearbetas till en layout som följer företagets fastlagda grafiska profil enligt uppdragsgivarens önskemål.

**5. Originalproduktion / Tryck**  
I vår ateljé har vi stor kapacitet och inarbetade rutiner för kvalitetskontroll. Vi har kunskap inom trycksaksproduktion och lång erfarenhet av att skapa en helhet, som alltid ger ett förstklassigt resultat.



## Case BRIO

BRIO står inför en spännande förvandling från träleksaks pionjär till konsumentinriktat livsstilsföretag. I sin årsredovisning 2006 tog man tillfället i akt att, med en väl avvägd balans mellan lekfullhet och professionalism, beskriva förändringsprocessen och förmedla bilden av det nya BRIO som håller på att växa fram.

