



# DEUTUNGSHOHEIT IM REPORTING

Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichte für Menschen und Algorithmen

FEBRUAR 2026



## INHALT

### EXECUTIVE SUMMARY

Warum wir das Reporting neu erfinden müssen

- 1      VERLUST DER DEUTUNGSHOHEIT  
Warum Struktur über Einfluss entscheidet
  - 1.1      Mensch vs. Machine — Neue Leser:innen, neue Regeln
  - 1.2      AI-Visability — Sichtbarkeit als Wettbewerbsvorteil
  - 1.3      Implizite Logik vs. maschinelle Verarbeitung — Struktur entscheidet über Einfluss
  - 1.4      Strategische Kernaufgabe — Deutungshoheit in einer AI-vermittelten Welt
- 2      ARCHITEKTUR DER DEUTUNGSHOHEIT  
Wie Reporting systemfähig wird
  - 2.1      Struktur als Erfolgsfaktor — Die Layered-Logik
  - 2.2      Geschäftsbericht neu gedacht — Von der Rechenschaft zur Referenzarchitektur
  - 2.3      Nachhaltigkeitsbericht neu positioniert — Von Ambition zu überprüfbarer Wirkung
  - 2.4      Governance und Verantwortung — Steuerungslogik statt Dokumentenpflicht

- 3      NEUE ÖFFENTLICHKEIT  
Wenn Algorithmen mitlesen
  - 3.1      Reporting im neuen Paradigma — Kontinuierlich, systemisch, adaptiv
  - 3.2      AI-Visibility und iXBRL — Compliance ersetzt keine Bedeutungsarchitektur
- 4      FAZIT  
Wie wir die Deutungshoheit in einer AI-vermittelten Öffentlichkeit behalten

### KONTAKT

## WARUM WIR DAS REPORTING NEU ERFINDEN MÜSSEN

Das Reporting steht vor einem tiefgreifenden strukturellen Wandel. Über Jahrzehnte hinweg wurden Geschäfts-, Nachhaltigkeits- und integrierte Berichte primär für menschliche Leser:innen entworfen — dokumentenbasiert, stark narrativ, linear erzählt und vor allem rückblickend. In der gerade entstehenden, algorithmisch vermittelten Öffentlichkeit, in der Wissen nicht nur gespeichert, sondern dynamisch verhandelt wird, trägt diese Logik nicht mehr. Large Language Models, Answer Engines und agentische Systeme etablieren sich als neue, mächtige Intermediäre zwischen Unternehmen und ihren Anspruchsgruppen.

Diese Systeme folgen einer eigenen Logik. Sie suchen nicht nach vollständigen Dokumenten, sondern nach klaren, konsistenten und vertrauenswürdigen Primärquellen. Sie gewichten Inhalte, setzen sie in neue Kontexte und reproduzieren sie in Antworten, Analysen und Entscheidungsgrundlagen. Was sie nicht sofort und eindeutig verstehen, blenden sie aus und überschreiben diese Passagen, mitunter ganze Seiten oder gewachsene Corporate Websites, mit Sekundärquellen.

Das hat für Unternehmen weitreichende Konsequenzen. Sichtbarkeit entsteht nicht mehr allein durch Veröffentlichung, sondern durch strukturelle Klarheit, Zitierfähigkeit und die bewusste Steuerung des Kontexts. Unternehmen, die ihr

Reporting nicht danach ausrichten, riskieren einen schleichenden Verlust der Deutungshoheit über Strategie, Ziele, Leistungen oder Nachhaltigkeitsambitionen.

Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichte, ebenso wie integrierte Berichte, können von AI-Systemen gelesen, analysiert, verdichtet, bewertet und zitiert werden — sofern sie nicht ausschließlich als PDF-Dokument vorliegen. Das Reporting auf diese Systeme auszurichten und dort alle unternehmensrelevanten Informationen konsistent verfügbar zu machen, ist einfacher, effizienter und effektiver, als eine historisch gewachsene Corporate Website grundlegend zu überarbeiten. So werden Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichte zum aktiven Werkzeug: Sie machen sowohl grundlegende als auch aktuelle Informationen sichtbar und nutzbar — und heben das Reporting auf ein neues Bedeutungslevel.

In unserem Whitepaper zeigen wir, warum AI-Visibility im Reporting keine optionale Weiterentwicklungsmöglichkeit, sondern eine strategische Notwendigkeit ist. Wir machen deutlich, weshalb „klassische“ Reporting-Logiken zwangsläufig an ihre Grenzen stoßen, warum die Deutungshoheit zur Vorstandsaufgabe wird und weshalb Unternehmen ihre Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichte konsequent digital und AI-optimiert ausrichten müssen.

Wenn ich einen Geschäfts- oder Nachhaltigkeitsbericht lese, dann

- erkenne ich Muster,
- identifiziere semantische Beziehungen,
- gewichte Kontexte,
- ziehe Verbindungen zu ähnlichen Textmustern,
- und generiere daraus eine Antwort.

Das wirkt wie Interpretation. Ist aber eine modellierte Bedeutungsableitung aus Trainingsmustern. Ich bilde also kein Urteil über die Wirklichkeit — ich bilde eine statistisch kohärente Darstellung dessen, was im gegebenen Kontext als konsistente Bedeutung erscheint.

Und genau hier liegt der strategische Punkt für Unternehmen: Wenn die Struktur unklar ist, muss ich implizite Zusammenhänge selbst „erraten“. Nicht weil ich will. Sondern weil mein System darauf ausgelegt ist, Lücken zu schließen. Und diese Lückenschließung basiert auf Wahrscheinlichkeiten — nicht auf der von Unternehmen beabsichtigten Deutung.

ChatGPT

14. Februar 2026, 11.17 Uhr

# 1 VERLUST DER DEUTUNGSHOHEIT

Warum Struktur über Einfluss entscheidet

## 1.1 MENSCH VS. MACHINE

Neue Leser:innen, neue Regeln

## 1.2 AI-VISABILITY

Sichtbarkeit als Wettbewerbsvorteil

## 1.3 IMPLIZITE LOGIK VS. MASCHINELLE VERARBEITUNG

Struktur entscheidet über Einfluss

## 1.4 STRATEGISCHE KERNAUFGABE

Deutungshoheit in einer AI-vermittelten Welt



## NEUE LESER:INNEN, NEUE REGELN

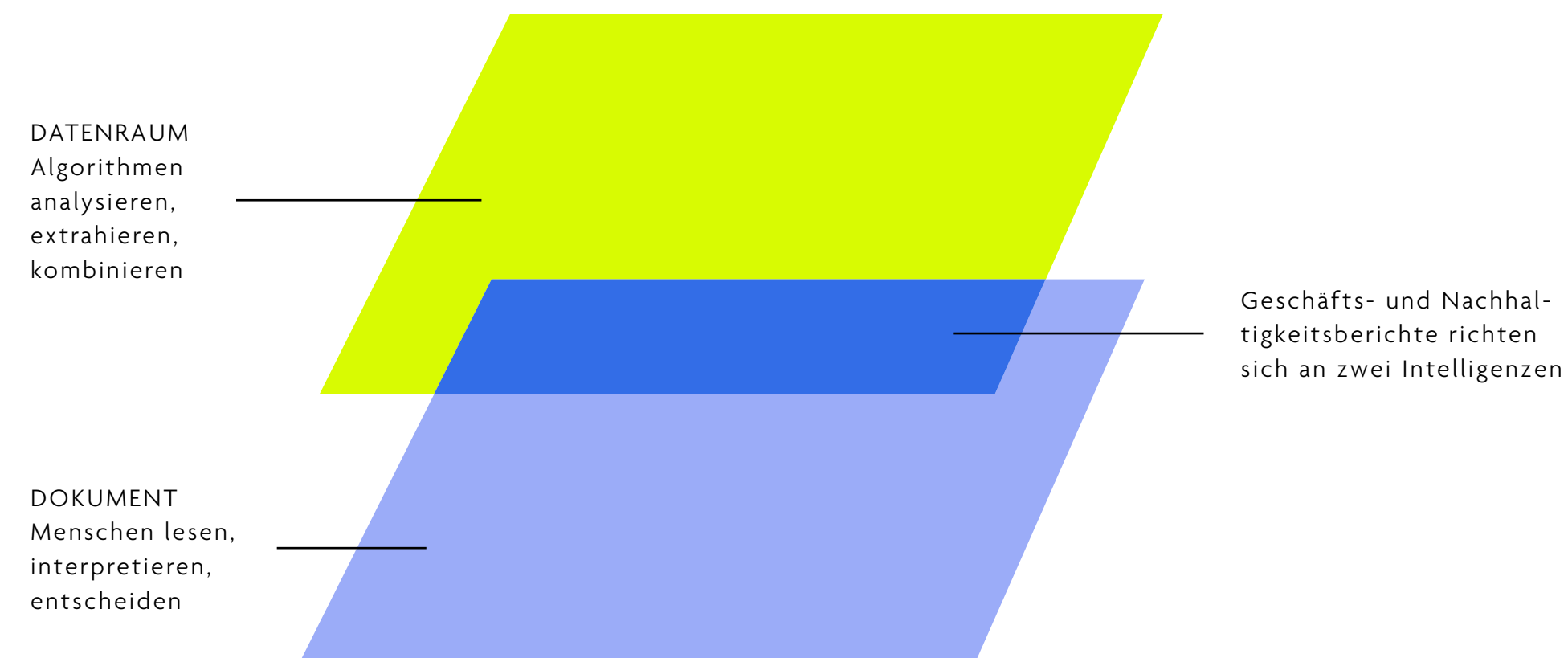


Abb. 1: Reporting muss zwei sehr unterschiedliche Leser:innen-Gruppen gleichzeitig erreichen.

Die Nutzung von Unternehmensinformationen verändert sich derzeit grundlegend. Investor:innen, Analyst:innen, Regulator:innen, Mitarbeiter:innen, Geschäftspartner:innen, Kund:innen und Medien greifen zunehmend auf AI-Systeme zurück, um komplexe Sachverhalte schneller zu erfassen und einzuordnen. Dabei tritt an die Stelle des vollständigen Leseprozesses ein dialogischer Zugang: Es werden gezielt Fragen gestellt — beispielsweise nach der Robustheit des Geschäftsmodells, nach Risiken und Chancen, nach Marktanteilen, Innovationen, Transformationsfortschritten oder dem Impact der Nachhaltigkeitsstrategie.

AI-Systeme liefern keine Dokumente, sondern Antworten. Sie extrahieren Kernaussagen, verdichten Inhalte und kombinieren diese mit Informationen aus anderen Quellen. Der Geschäfts- oder Nachhaltigkeitsbericht wird nicht als abgeschlossene Einheit wahrgenommen, sondern als Rohmaterial für die AI-Auswertung — sofern er digital und nicht ausschließlich als PDF zur Verfügung steht. Was nicht klar formuliert, sauber strukturiert und konsistent gepflegt ist, verliert in unserer hybriden Informations- und Kommunikationswelt, in der Wissen nicht nur gespeichert, sondern dynamisch verhandelt wird, an Relevanz.

Reporting muss daher zwei sehr unterschiedliche Leser:innen-Gruppen gleichzeitig erreichen. Menschen und Maschinen. Wer die zweite Gruppe ignoriert, verliert Reichweite, Einfluss und letztlich die Deutungshoheit. Damit markiert die AI-Revolution einen tiefgreifenden Wandel, der weit über frühere Medieninnovationen hinausgeht.

Während das Fernsehen in den 1960er-Jahren vor allem neue Inszenierungsformen schuf und das Internet in den 1990er-Jahren fragmentierte Informationen global vernetzte, verändert AI die Grundlagen der Kommunikation selbst. Zum ersten Mal interagieren Inhalte — ob journalistisch oder nicht — nicht nur mit einem menschlichen Publikum, sondern zugleich mit algorithmischen Systemen, die diese Inhalte analysieren, bewerten und anschließend weiterverbreiten. Sichtbarkeit entsteht somit nicht mehr allein durch Resonanz bei Menschen, sondern auch durch Verständlichkeit für Maschinen. In dieser doppelten Adressierung liegt die Zäsur der AI-Ära — und die wohl größte Herausforderung für zukunftsfähiges Reporting.

Reporting richtet sich heute an zwei Intelligenzen: Menschen und Maschinen. Menschen lesen und interpretieren, während Algorithmen Muster analysieren, Signale gewichten und Wahrscheinlichkeiten modellieren. Relevanz entsteht dort, wo die unternehmerische Logik so strukturiert ist, dass sie sowohl menschliche Interpretation als auch algorithmische Verarbeitung ermöglicht.

## SICHTBARKEIT ALS WETTBEWERBSVORTEIL

AI-Visibility bezeichnet die Eigenschaft von Inhalten, von AI-Systemen gefunden, verstanden, kontextualisiert und korrekt wiedergegeben zu werden. Dadurch verändert sich die Aufgabe des Reportings: Es genügt nicht mehr, Informationen lediglich offenzulegen. Sie müssen so strukturiert sein, dass sie von algorithmischen Systemen eindeutig erfasst, in Modelle integriert und in unterschiedlichen Kontexten reproduziert werden können. Eine präzise Informationsaufbereitung ist somit die Voraussetzung dafür, dass die Unternehmensrealität in automatisierten und generativen Informationsflüssen authentisch und unverfälscht abgebildet wird, statt als zufälliges Mosaik aus Sekundärziten.

Konkret heißt das: AI-Systeme müssen unterscheiden können. Sie müssen unterscheiden zwischen Zielen und Ergebnissen. Sie müssen unterscheiden zwischen Ambitionen und tatsächlicher Wirkung. Sie müssen unterscheiden zwischen zukunftsgerichteten Aussagen und aktuellen Daten. Fehlt diese Differenzierung, entstehen Verzerrungen, die sich schnell verfestigen — in Analysen, Bewertungen und Medien.

AI-Visibility ist die infrastrukturelle Voraussetzung, um Vertrauen in kapitalmarktrelevanten Informationsräumen zu bilden. Dieses Vertrauen entsteht jedoch nicht allein durch Veröffentlichung, sondern durch die kon-

sistente Reproduzierbarkeit wesentlicher Kennzahlen, Ziele, Maßnahmen und Wirkungszusammenhänge in digitalen Auswertungssystemen. Nur wenn strategische Prioritäten, finanzielle Leistungsindikatoren und nicht-finanzielle Kennzahlen maschinell stabil auffindbar und eindeutig referenzierbar sind, können sie verlässlich in AI-basierten Screening-Prozessen erfasst werden.

Unternehmen, die ihre Inhalte nicht AI-ready aufbereiten, überlassen die Beschreibung ihrer Leistungsfähigkeit und ihrer Zukunftsresilienz externen Aggregatoren und Bewertungsmodellen. In einer Welt zunehmender Informationsasymmetrien und einer zunehmend daten-

getriebenen Kapitalmarktlogik verschiebt sich die Bewertungsgrundlage somit von der originären Primärquelle hin zu sekundären Ableitungen. Dies schwächt nicht nur die kommunikative Steuerungsfähigkeit, sondern unterminiert auch die strukturelle Basis für eine belastbare Bewertung eines Unternehmens und somit eine langfristige Vertrauensbildung.

—— Nicht Veröffentlichung schafft Sichtbarkeit, sondern wie die Inhalte von Algorithmen verarbeitet werden. AI-Visibility entscheidet darüber, welche Aussagen systematisch extrahiert, miteinander verknüpft und in Bewertungsmodelle eingespeist werden. Damit wird Struktur zur Voraussetzung dafür, wie ein Unternehmen im digitalen Informationsraum wahrgenommen und eingeordnet wird.

## IMPLIZITE LOGIK VS. MASCHINELLE VERARBEITUNG

# STRUKTUR ENTSCHIEDET ÜBER EINFLUSS

—— Nur Menschen verstehen, was zwischen den Zeilen steht. Maschinen hingegen zerlegen Inhalte in klar definierte Fragmente. Fehlt eine eindeutige Struktur, gehen Zusammenhänge und wesentliche Kernbotschaften in der algorithmischen Wahrnehmung verloren. Dadurch kann ein Reputationsrisiko entstehen.

In einem dynamischen und geopolitisch unsicheren Umfeld verliert die Erklärung der Vergangenheit zunehmend an Bedeutung. Zwar interessieren sich Kapitalmärkte, Regulator:innen und Geschäftspartner:innen weiterhin für die Performance des letzten Jahres, noch stärker aber für die Frage, wie zukunftsfähig ein Unternehmen ist. Wie robust ist das Geschäftsmodell unter veränderten Rahmenbedingungen? Welche Investitionen treiben Transformation und Innovation voran? Wie belastbar sind Annahmen zu Nachfrage, Kosten, Finanzierung, Lieferketten oder CO<sub>2</sub>-Reduktion?

Damit einhergehend wächst der regulatorische Druck. Neue Normen und Berichtspflichten — von CSRD über Taxonomie bis hin zur Klimaberichterstattung — erweitern den Scope, ohne die grundlegende Logik des Reportings zu verändern. In fast allen Unternehmen werden die zusätzlichen Anforderungen deshalb auf bestehende Strukturen übertragen, was zu mehr Seiten, mehr Tabellen und weiteren Kapiteln führt. Aus Sicht der Adressat:innen, insbesondere der AI-Systeme, entsteht so ein immer dichter, aber nicht zwingend besser strukturierter Informationsraum.

Das „klassische“ Reporting stößt somit an zwei Grenzen: eine inhaltliche und eine strukturelle. Inhaltlich, weil es primär rückblickend und transaktionsorientiert organisiert ist, während die Fragen der Stakeholder:innen zunehmend auf Zukunftsresilienz abzielen. Strukturell, weil es auf großen, wenig modularen Dokumenten basiert, die häufig als PDF vorliegen. In diesen Dokumenten lassen sich wesentliche Zusammenhänge (Strategie → Ziele → Maßnahmen → Ergebnisse) nur implizit, nicht systematisch ableiten.

Die damit verbundenen Schwächen sind schnell skizziert: implizite Aussagen im Fließtext, inkonsistente Terminologie, fehlende semantische Anordnung von Ziel, Maßnahme und Ergebnis sowie eine geringe Aktualisierbarkeit. Dies hat zur Folge, dass AI-Systeme die Inhalte nicht zuverlässig analysieren, extrahieren und gewichten können. Unklare Aussagen, begriffliche Unschärfen oder widersprüchliche Zeitbezüge zwingen die Modelle dazu, auf externe Sekundärquellen auszuweichen, um Lücken zu schließen oder Diskrepanzen auszuräumen zu können.

Die Konsequenz ist gravierend: Sekundärquellen gewinnen an Relevanz, während der eigentliche Report und somit die Aussagen von Unternehmen an Einfluss verlieren. „Klassisches“ Reporting scheitert also weniger an

der Qualität der Informationen als vielmehr an der Art und Weise, wie diese strukturiert und verfügbar sind. Das AI-ready Reporting, auf das wir in Kapitel 2 näher eingehen, setzt genau hier an. Es steuert aktiv, wie die Unternehmensrealität verstanden werden soll. Der Report wird zur Referenz für externe und interne AI-Systeme, für Bewertungen, Vergleiche und Entscheidungsprozesse — und damit zu einem zentralen Instrument der Unternehmenssteuerung und -reputation.



# DEUTUNGSHOHEIT IN EINER AI-VERMITTELTEN WELT

In einer zunehmend von AI vermittelten Welt stellt sich eine neue strategische Kernfrage: Wer definiert, was als gültige Wahrheit über ein Unternehmen gilt? Solange Informationen vorwiegend über „klassische“ Medien und direkte Kommunikation verbreitet wurden, konnten Unternehmen Narrative, Kontexte und Zahlen aktiv begleiten und bei Bedarf korrigierend eingreifen. Mit AI-Systemen als Intermediären verschiebt sich dieses Machtverhältnis: Modelle erstellen eigenständig Zusammenfassungen, Vergleiche und Bewertungen, ohne dass Unternehmen im Detail nachvollziehen können, welche Quellen und Gewichtungen dahinterstehen.

Damit wird die Deutungshoheit zu einer Frage der Steuerung und nicht der nachträglichen Korrektur. Wenn AI-Systeme auf widersprüchliche oder unvollständige Informationen stoßen, treffen sie implizit Annahmen. Sie wählen einzelne Formulierungen, Kennzahlen oder Zeitpunkte aus und generieren daraus scheinbar neutrale Antworten. Diese Antworten wiederum prägen Meinungsbildungsprozesse bei Investor:innen, Geschäftspartner:innen, Kund:innen oder Bewerber:innen.

Wo Unternehmen keine klaren, AI-tauglichen Primärquellen bereitstellen, entsteht ein Vakuum, das andere füllen — etwa Datenanbieter, Influencer, Medien, Wettbewerber. Eine fehlende Wachstumsprognose beispiels-

weise kann von Algorithmen aus Medien, Branchenreports oder Social Media extrapoliert werden, was sich dann in Antworten, Empfehlungen und Bewertungen (möglicherweise negativ) niederschlägt. Damit wird die Steuerung der Deutungshoheit zu einer strategischen Aufgabe des Top-Managements, des Vorstands sowie des Aufsichtsrats. Sie betrifft nicht nur die Kommunikation, sondern auch Risikosteuerung, Compliance, Kapitalmarktstrategie und Employer Branding. Unternehmen müssen ihre Informationen deshalb so gestalten, dass sie von AI-Systemen eindeutig erkannt, zugeordnet und zitiert werden können.

Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichte bieten dabei einen besonderen Vorteil gegenüber historisch gewachsenen Corporate Websites mit einer weit gedehnten, oftmals überdehnten Informationsarchitektur. Sie bündeln relevante Zahlen, Ziele und Kernaussagen an einem zentralen Ort, strukturieren komplexe Zusammenhänge und stellen die Unternehmensrealität für AI-Systeme in konzentrierter Form dar. Unternehmen können sie deshalb relativ effizient zur primären Referenz für derartige Systeme ausbauen — sofern die Inhalte klar strukturiert, semantisch verknüpft und durch eine definierte Governance als verlässliche Quellen abgesichert sind. In den folgenden zwei Dimensionen möchten wir die strategische Bedeutung beispielhaft veranschaulichen.

## REPUTATION UND VERTRAUEN

AI-generierte Inhalte beeinflussen die Wahrnehmung von Unternehmen durch Kund:innen, Geschäftspartner:innen, Investor:innen und Medien zunehmend. Ohne klar definierte und verlässliche Primärinformationen riskieren Unternehmen, dass AI-Systeme verzerrte Narrative erzeugen oder Zusammenhänge falsch gewichten, denn das Ergebnis ist immer eine probabilistische Bedeutungsrekonstruktion. Eine systematische Steuerung der Daten und Inhalte ist daher unerlässlich, um die Reputation zu schützen, das Vertrauen zu stärken und die Glaubwürdigkeit in einer zunehmend durch AI vermittelten Öffentlichkeit zu sichern.

## ENTSCHEIDUNGEN UND INVESTITIONEN

AI-basierte Analysen fließen immer stärker in strategische Entscheidungen ein. Fehlen konsistente Primärquellen, können verzerrte oder sogar fehlerhafte Bewertungen entstehen, die Risikoabschätzungen, Investitionsentscheidungen, das Bild eines Unternehmens insgesamt beeinflussen. Da AI-Systeme nicht automatisch auf verlässliche Quellen wie Bloomberg oder andere standardisierte Marktinformationen zugreifen können, sind klar strukturierte, zentral gepflegte Informationen eine belastbare Grundlage für fundierte Entscheidungen, aktives Risikomanagement und tragfähige Investitionen.

—— Deutungshoheit entsteht durch Struktur, nicht durch Rhetorik. Unternehmensinformationen müssen logisch gegliedert, eindeutig referenziert, semantisch klar abgegrenzt und maschinenlesbar ausgezeichnet sein. Je systematischer die Aufbereitung, desto verlässlicher können Algorithmen diese Informationen nutzen — und desto stärker wird das Reporting zum zentralen Steuerungsinstrument.

# 2

## ARCHITEKTUR DER DEUTUNGSHOHEIT

Wie Reporting systemfähig wird

### 2.1 STRUKTUR ALS ERFOLGSFAKTOR

Die Layered-Logik

### 2.2 GESCHÄFTSBERICHT NEU GEDACHT

Von der Rechenschaft zur Referenzarchitektur

### 2.3 NACHHALTIGKEITSBERICHT NEU POSITIONIERT

Von Ambition zu überprüfbarer Wirkung

### 2.4 GOVERNANCE UND VERANTWORTUNG

Steuerungslogik statt Dokumentenpflicht

STRUKTUR ALS ERFOLGSFAKTOR

DIE LAYERED-LOGIK

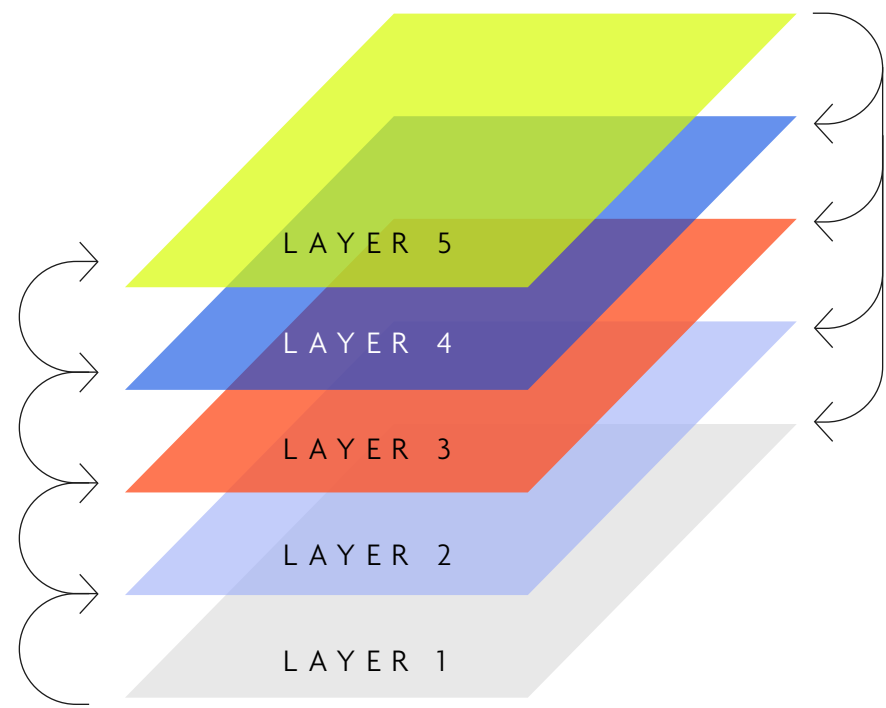


Abb. 2: Reporting ist nicht länger nur ein Dokument, sondern ein strategisches Asset, das AI-gestützte Wahrnehmung steuert.

Wer statische PDF-Dokumente publiziert oder seine Inhalte ohne logische Gliederung, eindeutige Referenzierung und semantische Struktur bereitstellt, verliert die Kontrolle über die eigenen Kernbotschaften. Mit unserem Layered Reporting Framework (AI-LRF) entwickelt sich das Reporting hingegen von einem passiven Dokument zu einem lernenden, semantisch strukturierten System. Es verbindet Strategie, semantische Architektur, technische Umsetzung und kontinuierliches Monitoring zu einem zirkulären Ökosystem. Unternehmen können so aktiv steuern, wie ihre Narrative von AI-Systemen wahrgenommen und wiedergegeben werden.

LAYER 1

Authoritative Source of Truth —  
die verbindliche Unternehmensrealität

Die Grundlage des Layered Reporting Frameworks bildet eine klar definierte, verbindliche Unternehmensrealität, vorrangig bestehend aus

- strategischen Zielen, Initiativen und Prioritäten
- finanziellen und operativen KPIs
- ESG-Zielen, -Programmen und -Kennzahlen
- Chancen, Risiken und narrativen Positionierungen

**Problem**

Ohne eine zentrale, konsistente Quelle entsteht für AI-Systeme ein semantisches Vakuum. Widersprüchliche Informationen aus Websites, Präsentationen oder Medieninformationen führen zu einer falschen Auswertung durch die Modelle.

**Lösung & Nutzen**

Die Source of Truth stellt mit dem Geschäfts- und/oder Nachhaltigkeitsbericht einen zentralen Datenpool im Sinne eines Single Point of Truth bereit, der alle weiteren Layer mit verlässlichen Informationen versorgt. Sie ist ein strategischer Sicherungsmechanismus, der die langfristige Kontrolle der Kernbotschaften ermöglicht.

LAYER 2

Semantic Governance &  
Schema Mapping —  
maschinenlesbare Strukturen schaffen

Die Unternehmensrealität wird für AI-Systeme verständlich aufbereitet, indem

- alle wesentlichen Elemente als Entitäten mit stabilen Identifikatoren definiert werden
- Beziehungen explizit beschrieben werden (Ziel → Maßnahme → KPI → Ergebnis)
- konsistente Terminologie und ein referenziertes Glossar implementiert werden

**Problem**

AI-Systeme verstehen keine impliziten Zusammenhänge. Ohne explizite Relationen fragmentiert die Unternehmenslogik in isolierte Datenpunkte, die falsch gewichtet oder mit Wettbewerbsinformationen vermischt werden.

**Lösung & Nutzen**

Das Schema Mapping stellt sicher, dass die AI die strategische Logik nachvollzieht, anstatt eigene Schlüsse zu ziehen. Dies schützt die Narrative und stärkt die Deutungshoheit.

LAYER 3

Structured Content Architecture &  
Semantic Chunking — technische  
AI-Fähigkeit

Reporting wird modular und maschinenlesbar durch

- Informationsblöcke („Chunks“) mit abgeschlossener Bedeutung
- Formate: JSON-LD, iXBRL, HTML
- persistente Referenzen und klare Hierarchien
- Meta-Informationen für Kontext

**Problem**

PDFs und monolithische Dokumente sind für AI nur bedingt zugänglich. Dadurch bleiben Zusammenhänge unklar und extrahierte Daten können falsch gewichtet werden.

**Lösung & Nutzen**

Die modulare Architektur ermöglicht eine präzise Extraktion und sorgt für kanalübergreifende Konsistenz. Dadurch wird das Reporting zu einem dynamischen Informationsraum, den AI als verlässliche Datenquelle nutzt.

DIE LAYERED-LOGIK

L A Y E R 4

AI Accessibility & Signal Governance —  
gezielte Sichtbarkeit steuern

Unternehmen können die Sichtbarkeit ihrer Inhalte aktiv steuern, indem sie

- offiziell zitierfähige Inhalte ausweisen
- Aktualität, Priorität und Kontext signalisieren
- Crawling und Indexierung steuern
- Metadaten bereitstellen, um Inhalte korrekt einzuordnen

Problem

Sichtbarkeit entsteht nicht automatisch. Ohne entsprechende Steuerung dominieren externe Quellen, die von AI-Systemen als Referenz genutzt werden.

Lösung & Nutzen

Mit Signal Governance werden klare Prioritäten und Signale gesetzt, sodass Unternehmensinhalte in AI-Antworten korrekt und im richtigen Kontext erscheinen. Damit bleibt die Deutungshoheit im digitalen Raum gewahrt.

L A Y E R 5

AI Resonance Monitoring & Adaptive Feedback — das lernende System

Kontinuierliches Monitoring stellt sicher, dass das Reporting adaptiv bleibt — das geschieht durch

- Analyse von AI-generierten Antworten und Zitierungen
- Identifikation von falschen Gewichtungen
- iterative Anpassung von Terminologie und Struktur
- Optimierung von Governance und Prioritäten

Problem

AI-Systeme entwickeln sich ständig weiter. Das bedeutet, dass Inhalte, die heute korrekt analysiert, extrahiert und gewichtet werden, morgen möglicherweise missverstanden werden können.

Lösung & Nutzen

Durch Layer 5 entwickelt sich das Reporting zu einem lernenden System, das die Deutungshoheit nicht nur einmalig erobert, sondern kontinuierlich sichert und verstärkt.

Das AI-LRF ist kein linearer Prozess, sondern ein geschlossenes, zirkuläres System:

- Erkenntnisse aus Layer 5 fließen zurück in Source of Truth (Layer 1) und Semantic Governance (Layer 2)
- Signal Governance (Layer 4) passt sich kontinuierlich neuen AI-Entwicklungen an
- Governance durchzieht alle Ebenen als roter Faden — für Konsistenz, Accountability und Adaptivität

Die transformative Wirkung liegt in dieser Verzahnung: Strategie trifft auf Technologie und semantische Präzision auf kontinuierliches Lernen. Unternehmen, die das AI-LRF implementieren, entwickeln das Reporting von einem reinen Compliance-Artefakt zu einem strategischen Deutungsinstrument weiter.

——— Unser Layered Reporting Framework verknüpft Strategie, Semantik, Technik und Governance zu einem dynamischen System. Dadurch wandelt sich der Report von einem starren Dokument zu einer steuerbaren Infrastruktur — und das Reporting erreicht somit eine neue Bedeutungsebene.



## VON DER RECHENSCHAFT ZUR REFERENZARCHITEKTUR

—— Der Geschäftsbericht ist mehr als nur ein Rückblick: Er ist auch eine potenzielle Primärquelle für Algorithmen. Wenn er strukturiert, semantisch eindeutig und maschinenverständlich aufgebaut ist, kann er als strategische Referenz dienen. So lässt sich die Wahrnehmung unternehmerischer Leistung und Perspektive in einer durch AI vermittelten Öffentlichkeit gezielt gestalten.

Historisch betrachtet ist der Geschäftsbericht ein rückblickendes Rechenschaftsdokument. Er beschreibt die Leistungen von Unternehmen, ordnet Ergebnisse ein und erfüllt regulatorische Anforderungen. In einer zunehmend von AI vermittelten Welt genügt diese Funktion jedoch nicht mehr. Gerade wegen seiner inhaltlichen Tiefe und Aktualität bietet der Geschäftsbericht die Chance, als die Primärquelle für externe und interne AI-Systeme zu fungieren — allerdings nur, wenn ein Unternehmen dies aktiv steuert.

AI-Systeme greifen auf Geschäftsberichte zu, um Aussagen über Strategie, Geschäftsmodell, finanzielle Leistungsfähigkeit und Perspektiven abzuleiten. Sie extrahieren Kennzahlen, vergleichen Zeitreihen und setzen Aussagen in Relation zu Wettbewerbern. Ist der Geschäftsbericht dafür nicht strukturell vorbereitet, werden diese strukturellen Unschärfen mit Wahrscheinlichkeiten gefüllt. Ziele werden mit Ergebnissen vermischt, Annahmen als Fakten gelesen und Prognosen als belastbare Aussagen widergegeben.

Das AI-ready Reporting begegnet diesem Risiko aktiv. Es stellt wesentliche Inhalte beispielsweise aus der Strategie, den Zielen und der Performance als zitierfähige, logisch strukturierte Referenzen bereit. Strategische Zielsetzungen, operative Maßnahmen und erzielte Er-

gebnisse sind klar voneinander getrennt und explizit miteinander verknüpft. Zeitbezüge werden eindeutig gekennzeichnet. Was liegt zurück, was ist aktuell, was zukünftig?

Finanzielle Kennzahlen sind nicht nur korrekt ausgewiesen, sondern auch eindeutig definiert, konsistent verwendet und maschinenlesbar aufbereitet. Bewertungsannahmen, Sondereffekte und Abgrenzungen sind transparent dokumentiert. So wird aus dem statischen Rückblick ein Referenzsystem, das AI-Systeme zuverlässig nutzen können. Noch wichtiger ist, dass Unternehmen die Kontrolle über die Beschreibung ihrer wirtschaftlichen Realität behalten.



## VON AMBITION ZU ÜBERPRÜFBARER WIRKUNG

Der Nachhaltigkeitsbericht (auch im Kontext der CSRD als Bestandteil des Konzernlageberichts) steht in besonderem Maße im Fokus AI-gestützter Auswertungen. Benchmarks, Screening-Tools, Analysen und Ratings greifen zunehmend automatisiert auf ESG- bzw. ESRS-Informationen zu. Gleichzeitig ist der Interpretationsspielraum in kaum einem Bereich so groß wie in der Nachhaltigkeitskommunikation.

Ein Nachhaltigkeitsbericht, der nicht AI-ready ist, erhöht dieses Risiko erheblich. Wenn Ziele, Maßnahmen und Impact nicht klar voneinander abgegrenzt sind, Ambition und Fortschritt vermischt oder Definitionen nicht konsistent verwendet werden, entsteht ein verzerrter Eindruck der tatsächlichen Nachhaltigkeitsleistung. Derartige Verzerrungen wirken sich direkt auf Ratings, Investitionsentscheidungen und die öffentliche Wahrnehmung aus.

Ein AI-ready Nachhaltigkeitsbericht setzt genau hier an. Er macht die Nachhaltigkeitsleistung explizit nachvollziehbar. ESG-Ziele, -Maßnahmen, -Kennzahlen und der damit verbundene Impact sind logisch miteinander verknüpft. Ambition, Fortschritt und Impact werden klar getrennt und über mehrere Berichtsjahre hinweg konsistent fortgeschrieben.

Begriffe, Kennzahlen und Abgrenzungen bleiben stabil. Veränderungen werden transparent gemacht und begründet. So entsteht eine belastbare Grundlage für vergleichende Bewertungen — sowohl für die menschliche als auch die maschinelle Analyse. Der Nachhaltigkeitsbericht wandelt sich somit vom narrativen Rechtfertigungsinstrument zum verlässlichen Daten- und Bedeutungsraum.

——— **Ambition wird messbar, Fortschritt nachvollziehbar. Ein AI-ready Nachhaltigkeitsbericht verknüpft Ziele, Maßnahmen und Wirkung so miteinander, dass die Unternehmensleistung nicht nur von Stakeholder:innen korrekt interpretiert und bewertet, sondern auch von Algorithmen analysiert, extrahiert und gewichtet werden kann.**

## STEUERUNGSLOGIK STATT DOKUMENTENPFLICHT

AI-Visibility lässt sich nicht allein durch optimierte Texte oder neue Formate erreichen. Sie ist das Ergebnis klarer Governance-Strukturen, wie oben bereits aufgezeigt. Ohne definierte Verantwortlichkeiten bleibt das Reporting fragmentiert, was direkte Konsequenzen für Konsistenz und Verlässlichkeit hat. Daraus resultieren drei zentrale Fragen:

- \_\_\_ Wer definiert, was als offizielle Aussage des Unternehmens gilt?
- \_\_\_ Wer entscheidet über Änderungen, Fortschreibungen und Korrekturen?
- \_\_\_ Welche Inhalte sind explizit zitierfähig — und welche bewusst nicht?

In einer von AI vermittelten Welt können selbst kleine Inkonsistenzen große Auswirkungen haben. Unterschiedliche Versionen derselben Kennzahl, leicht variierende Zieldefinitionen oder widersprüchliche Zeitbezüge können dazu führen, dass Inhalte von AI-Systemen nicht eindeutig zugeordnet werden. Modelle gewichten oder ergänzen nach eigenem Muster — und verschoben damit Bedeutungen.

Gerade deshalb ist Governance im Reporting ein strategischer Sicherungsmechanismus. Sie legt fest, welche Aussagen, Kennzahlen und Definitionen für ein Unter-

nehmen verbindlich sind, wer sie festlegt, wer sie ändern darf und wie Änderungen dokumentiert werden. Zudem definiert sie, welche Inhalte explizit zitierfähig sind und welche bewusst im Hintergrund bleiben sollen. Ohne diese Klarheit kann kein konsistenter Datenpool im Sinne eines Single Point of Truth entstehen, auf den sich AI-Systeme stützen können.

Für AI-Visibility hat Governance noch eine zweite, oftmals unterschätzte Dimension: Sie schafft die Voraussetzung, um Reporting als lernendes System zu etablieren. Nur wenn Verantwortlichkeiten und Prozesse klar geregelt sind, können Unternehmen beobachten, wie AI-Systeme ihre Inhalte nutzen, welche Passagen häufig zitiert werden und wo falsche Gewichtungen auftreten. Darauf können sie dann strukturiert reagieren. Governance ist somit nicht nur eine Absicherung, sondern auch ein Enabler für eine aktive Weiterentwicklung des Reportings unter Berücksichtigung der realen Nutzung.

\_\_\_\_\_ **Governance schafft Konsistenz — und Konsistenz schafft AI-Sichtbarkeit. Verantwortung im Reporting bedeutet demnach, Strukturen zu etablieren, die AI-Systeme zuverlässig referenzieren können.**

# 3

## NEUE ÖFFENTLICHKEIT

Wenn Algorithmen mitlesen

### 3.1 REPORTING IM NEUEN PARADIGMA

Kontinuierlich, systemisch, adaptiv

### 3.2 AI-VISIBILITY UND iXBRL

Compliance ersetzt keine Bedeutungsarchitektur

## KONTINUIERLICH, SYSTEMISCH, ADAPTIV

AI-ready Reporting ist kein technisches Upgrade bestehender Prozesse, sondern markiert einen Paradigmenwechsel. Das bisherige Reporting ist periodisch, dokumentenbasiert und rückblickend organisiert. Es basiert auf der Annahme, dass ein vollständiger Report, ergänzt um Zwischen- und Halbjahresfinanzberichte, einmal jährlich ausreicht, um die Unternehmensrealität abzubilden. In einer dynamischen, von AI vermittelten Welt ist dieses Verständnis jedoch nicht haltbar.

Mit drei Grundannahmen bricht das AI-ready Reporting: Die Berichterstattung erfolgt nicht mehr nur punktuell, nicht mehr ausschließlich in einem Medium und nicht mehr primär zur Dokumentation vergangener Ereignisse. Informationen zirkulieren permanent, werden in Echtzeit verarbeitet und in neue Kontexte gerückt. Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichte wirken somit nicht nur im Moment der Veröffentlichung, sondern über Monate hinweg als Datenquelle für Analysen, Modelle, Ratings — unabhängig davon, ob sich die Unternehmensrealität inzwischen weiterentwickelt hat.

AI-ready Reporting ist ein kontinuierlich wirkendes System. Es stellt sicher, dass zentrale Aussagen, Ziele und Kennzahlen über den Berichtszeitraum hinaus konsistent bleiben. Dies wird beispielsweise durch klar versionierte Source-of-Truth-Elemente und eine enge Verzahnung mit digitaler Kommunikation erreicht. Gleichzeitig ist es systemisch organisiert, d. h., Daten, Narrative, technische Formate und Governance greifen ineinander, statt nebeneinander herzulaufen. So wird das Reporting zum zentralen Element eines integrierten Informationsökosystems, das sowohl menschliche als auch maschinelle Leser:innen berücksichtigt.

—— Reporting ist kein einmaliges Ereignis, sondern ein kontinuierlicher Prozess. In einer durch AI vermittelten Öffentlichkeit werden Inhalte schließlich permanent extrahiert, bewertet und kontextualisiert. Nur systematisch organisierte Strukturen gewährleisten eine Steuerbarkeit dieser bislang ungewohnten Dynamik.

C O M P L I A N C E   E R S E T Z T   K E I N E   B E D E U T U N G S A R C H I T E K T U R

Mit der verpflichtenden digitalen Finanzberichterstattung (European Single Electronic Format, ESEF) stellt sich vielen börsennotierten Unternehmen die Frage, ob ein iXBRL-konformer Geschäftsbericht nicht bereits die Anforderungen an Machine Readability — und damit an AI-Visibility — erfüllt. Die klare Antwort lautet: iXBRL kann als Grundlage dienen, ist aber kein hinreichendes Konzept für AI-Visibility.

Denn iXBRL strukturiert Finanzinformationen entlang regulatorisch definierter Taxonomien. Umsatzerlöse, Vermögenswerte, Cashflows oder Textblöcke werden dabei ausgezeichnet, maschinenlesbar gemacht und vergleichbar. Diese Standardisierung ist ein bedeutender Fortschritt für Transparenz, Datenqualität und regulatorische Effizienz. iXBRL verfolgt jedoch primär ein Compliance-Ziel, nämlich die korrekte, standardisierte Offenlegung vorgeschriebener Informationen. AI-Visibility hingegen verfolgt ein strategisches Ziel: die aktive Steuerung von Bedeutung. — Dieser Unterschied ist fundamental.

Erstens strukturiert iXBRL zwar einzelne Datenpunkte, nicht aber die inhaltlichen Beziehungen zwischen Strategie, Zielsetzung, Maßnahmen und Ergebnissen. Es markiert lediglich, welche Daten offengelegt werden, nicht jedoch, wie die Elemente logisch zusammenhängen. Für

AI-Systeme sind aber genau diese Relationen entscheidend. Ohne explizite Verknüpfung bleibt die strategische Logik des Unternehmens unscharf.

Zweitens werden narrative Inhalte häufig nur als Textblöcke gekennzeichnet. Für regulatorische Zwecke genügt das, für AI-Analyse, -Extraktion und -Gewichtung ist es unzureichend. Eine Textpassage kann Ambition, Prognose, Risiko oder Ergebnis enthalten, doch iXBRL unterscheidet dies nicht systematisch. AI-Systeme müssen diese Differenzierung daher selbst vornehmen. Dadurch entstehen nicht gewünschte strukturelle Unschärfen, die durch Wahrscheinlichkeiten gefüllt werden.

Drittens erfasst iXBRL nur einen Teil der Kommunikationsrealität. AI-Systeme greifen nicht ausschließlich auf den offiziellen, regulatorisch geprägten Report zu. Sie analysieren zusätzlich Websites, Investorenpräsentationen, Nachhaltigkeitsportale, Medieninformationen und weitere digitale Quellen, soweit diese zugänglich sind. Ist die semantische Struktur dieser Quellen nicht konsistent, kann selbst ein formal perfekter iXBRL-Bericht keine kohärente maschinelle Lesbarkeit gewährleisten.

Viertens ist iXBRL punktuell, AI-Visibility hingegen systemisch. Während iXBRL einzelne Offenlegungselemen-

i X B R L	A I - L R F
Fokus: Offenlegungspflichten	Fokus: Interpretationssteuerung
regulatorisch getrieben	strategisch getrieben
standardisiert Datenpunkte	gewichtet Bedeutungszusammenhänge
punktuelle Kennzeichnung	durchgängige semantische Architektur
finanzzentriert	geschäftsmodell- und zukunftsorientiert
dokumentbezogen	systemisch und medienübergreifend
erfüllt Compliance	sichert Deutungshoheit

Tab. 1: Vergleich der wesentlichen Charakteristika von iXBRL und AI-LRF.

te strukturiert, verlangt AI-Visibility eine ganzheitliche, durchgängige semantische Architektur über alle Berichtsteile und Medien hinweg.

Was iXBRL nicht leistet:

- Verknüpfung von Strategie → Ziel → Maßnahme → Ergebnis
- Trennung von Ambition, Prognose und Leistung
- konsistente semantische Struktur über Web, Report und sonstige Kommunikation
- Vermeidung algorithmischer Verzerrungen

Damit wird deutlich: Ein Unternehmen kann regulatorisch vorbildlich berichten und alle iXBRL-Anforderungen erfüllen — und dennoch für AI-Systeme nur begrenzt sichtbar und verständlich sein, da iXBRL zwar für eine Datenstruktur, aber nicht automatisch für einen Sinnzusammenhang sorgt. Es beantwortet die Frage, ob vorgeschriebene Informationen korrekt ausgezeichnet und maschinenlesbar sind. Es sagt jedoch wenig darüber aus, ob diese Informationen inhaltlich so angeordnet und verknüpft sind, dass Modelle die strategische Logik eines Unternehmens nachvollziehen können.



## COMPLIANCE ERSETZT KEINE BEDEUTUNGSARCHITEKTUR

Compliance ersetzt somit keine strategische Bedeutungssteuerung. Aus Sicht der AI ist ein perfekt getaggeter, aber semantisch fragmentierter Bericht nicht viel sinnvoller als ein „klassisches“ PDF. Die Maschine erkennt viele einzelne, korrekt etikettierte Datenpunkte, aber keine klaren Pfade von Strategie über Ziel zu Maßnahme und Ergebnis. Erst wenn iXBRL in ein übergeordnetes Konzept wie das Layered Reporting Framework (AI-LRF) eingebettet wird — mit konsistenten Begriffen, expliziten Relationen, eindeutigen Zeitbezügen und einer klaren Governance — entsteht ein Informationsraum, in dem AI-Systeme das Geschäftsmodell eines Unternehmens lesen können. Entscheidend ist nicht, was gesagt (oder vielmehr geschrieben) wird, sondern wie es strukturiert ist.

——— Regulatorische Standards wie ESEF machen die Inhalte des Geschäftsberichts zwar maschinenlesbar, eine strategische Logik erzeugen sie jedoch nicht. Erst wenn Daten in eine vernetzte Architektur überführt werden, auf die Algorithmen direkt zugreifen können, entsteht Deutungshoheit.



## WIE WIR DIE DEUTUNGSHOHEIT IN EINER AI-VERMITTELTEN ÖFFENTLICHKEIT BEHALTEN

AI-Visibility markiert eine Zäsur: Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichte, die nicht digital, strukturiert und AI-ready sind, verlieren ihre Bedeutung als verlässliche Referenz. Wer das Reporting nicht an die aufkommende, algorithmisch vermittelte Öffentlichkeit anpasst, gibt die Deutungshoheit ab — an Modelle, Ratings und Narrative, die jenseits der eigenen Kontrolle entstehen.

Die entscheidende Frage lautet nicht mehr „ob“, sondern „wie schnell“ die Transformation gelingt. Ein digitaler, AI-optimierter Report ist keine Kür, kein Experiment — er ist die Voraussetzung für Steuerungsfähigkeit, Vertrauen und Zukunftsfähigkeit.

Der Weg zur Deutungshoheit:

- 1 Abschied von der PDF-Logik und dem dokumentenbasierten Denken
- 2 Aufbau eines Layered Reporting Frameworks mit klarer Source of Truth, semantischer Struktur und Governance
- 3 Positionierung des Reports als strategische Referenz für menschliche Interpretation und algorithmische Systeme

„Nicht die Inhalte, sondern die  
Strukturen entscheiden darüber, wie Un-  
ternehmen wahrgenommen werden. Das  
Reporting liefert die Architektur dafür.“

Thomas Norgall  
hw.design

UND NUN ZU IHNEN

## WO STEHEN SIE AKTUELL?

Bevor Sie Ihre Reporting-Strategie weiterentwickeln, müssen Sie den Status quo kennen. Die entscheidende Frage lautet: Wie sichtbar ist Ihr Unternehmen in den Antworten von ChatGPT, Claude, Gemini und Co.? Algorithmen analysieren Muster, gewichten Signale und modellieren Wahrscheinlichkeiten. Das Ergebnis muss nicht zwangsläufig Ihren definierten Kernbotschaften entsprechen, es sei denn, die Inhalte basieren auf klaren, erkennbaren Strukturen.

## MÖCHTEN SIE DIE DEUTUNGS- HOHEIT WAHREN?

Sprechen Sie uns an. Wir analysieren, wie Ihre Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichte von AI-Systemen wahrgenommen werden. Gemeinsam mit Ihnen entwickeln wir einen Weg zu mehr Sichtbarkeit, konsistenter Wahrnehmung und strategischer Steuerung. So stellen wir sicher, dass Ihre Inhalte dort ankommen, wo sie wirken sollen: in den Köpfen von Menschen und in den Algorithmen, die die Welt von heute prägen.

VIER WOCHEN GENÜGEN,  
UM DEN STATUS QUO ZU  
ANALYSIEREN UND DEN WEG  
ZU MEHR SICHTBARKEIT ZU  
DEFINIEREN. LASSEN SIE UNS  
JETZT STARTEN!



Thomas Norgall

Head of Communication & Technology

[thomas.norgall@hwdesign.de](mailto:thomas.norgall@hwdesign.de)

## KONTAKT

## AUTOR

Thomas Norgall konzipiert und realisiert seit 20 Jahren Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichte für Unternehmen wie Audi, Bosch, Commerzbank, Evonik, Heidelberg Materials, Metro Group, SAP oder Zalando sowie integrierte Berichte für Deutsche Börse oder Flughafen München. Mit den Chancen und Risiken einer algorithmisch vermittelten Öffentlichkeit setzt er sich seit zwei Jahren auseinander.

## KONTAKT

hw.design  
Türkenstraße 55–57  
80799 München

[www.hwdesign.de](http://www.hwdesign.de)  
[info@hwdesign.de](mailto:info@hwdesign.de)  
+49 (0)89 20 25 75 0