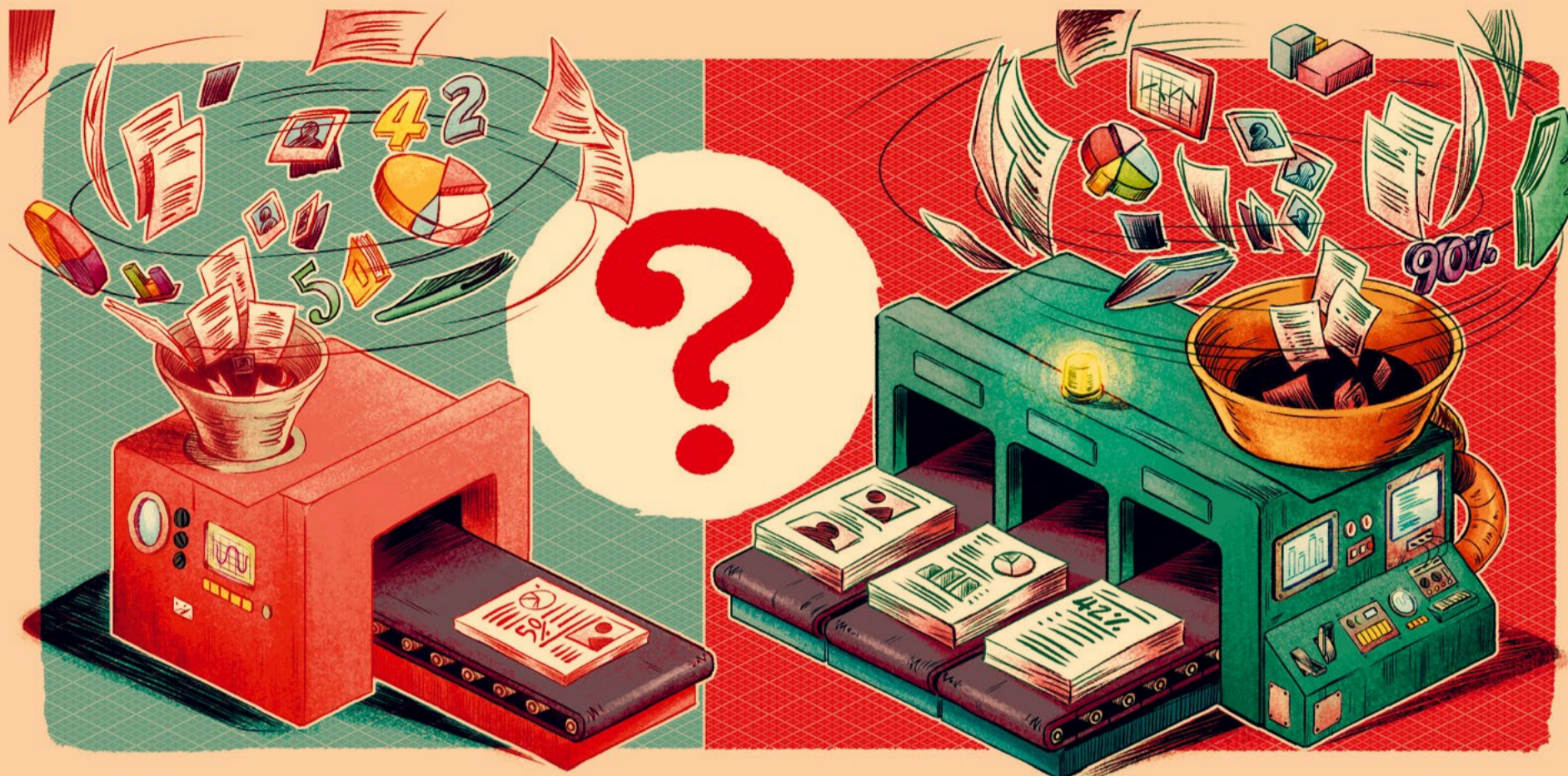


# The Reporting Times

DIE ZEITUNG DES CENTER FOR CORPORATE REPORTING



## LESS IS MORE?

*Is less really more? This issue addresses the conflicting concerns of growing complexity driven by constant new regulatory requirements and numerous stakeholder demands for evermore specific information, and the need to sharpen the focus on information that is material. What kind of concepts are able to meet these challenges? Issue no. 12 features the concepts, new approaches and technologies whose goal it is to deal with a reporting world steadily becoming more complex.*

### Zurück zur Wesentlichkeit

Die Flut an Informationen nimmt kontinuierlich zu und mit ihr steigt auch die Komplexität in der Unternehmensberichterstattung. Sowohl Unternehmen als auch Stakeholder sind hiervon zunehmend betroffen. Wie kann dieser steigenden Komplexität begegnet werden? Die Lösung scheint in der Vereinfachung zu liegen. Aber kann eine radikale Vereinfachung immer noch die diffizilen Zusammenhänge der Berichterstattung ausreichend erklären? Die aktuelle Berichtssaison zeigt, dass Unternehmen sich der Problematik durchaus bewusst sind und dieser Herausforderung aktiv begegnen. Die Ansätze sind dabei ebenso vielfältig wie unterschiedlich. Gemeinsam ist allen Ansätzen, dass sie die Wesentlichkeit wieder in den Fokus der Unternehmensberichterstattung rücken. Durch den Ansatz des Financial Streamlining (Seite 4) gelang es einigen Schweizer Unternehmen den

Finanzbericht um bis zu 30% zu reduzieren und gleichzeitig die Übersichtlichkeit und Transparenz im Rahmen der regulatorischen Voraussetzungen zu steigern. Der Fall Thyssenkrupp (Seite 7) verdeutlicht wie durch Fokussierung auf die Wesentlichkeit die Qualität auch mit wenigen Ressourcen gewährleistet werden kann. Das Konzept Core&More (Seite 29) zeigt, dass mehr Informationen nicht immer mehr Seiten im Bericht benötigen. Und die Stakeholder? Erste Rückmeldungen aus den Unternehmen belegen, dass die Bemühungen hin zur Wesentlichkeit positiv wahrgenommen werden. Abschliessend kann somit mit den Worten von Andreas Leutenegger (Seite 8) geschlossen werden der sinngemäss bemerkt «The fact that an annual report has several hundred pages does not make it per se a better report.»

Ihr Benjamin Kaltwasser



Die Entwicklung der Berichterstattung ist ein kreativer Prozess.

MARTIN DURCHSCHLAG  
Geschäftsführer, HIAG

→ Page 2

JUNE 2018

14

GESCHÄFTSBERICHTE-  
SYMPOSIUM  
ZÜRICH



Register now!

[gb-symposium.ch](http://gb-symposium.ch)

FINANCE

Bessere Abschlussdarstellung mit 30% weniger Seiten  
Von Peter Burkhalter

→ Page 4

CSR

Human-Rights reporting as management tool  
By Herma van der Laarse

→ Page 13

DESIGN

Augmented Reality – ein neuer Trend in Geschäftsberichten?  
Von Michael Stoll

→ Page 19

FUTURE REPORTING

Risks and Ethics of AI  
By Anastassia Lauterbach

→ Page 21