

The Reporting Times

DIE ZEITUNG DES CENTER FOR CORPORATE REPORTING



LONG-TERM – THE NEW HOLY GRAIL?

Legend describes the Holy Grail as a source of bliss, as a bearer of endless fulfilment and wealth – in short: as a solution to all problems. Is the declaration "long-term" the answer to all challenges in the world of leadership, strategy and reporting? Sustainable economic growth, sustainable value creation in the company and sustainable relationships with stakeholders: how can this long-term primacy be reconciled with an agile business environment in which a high degree of uncertainty prevails and quick decisions are required?

Die Zukunft liegt in unseren Händen

Systeme werden agiler, Businessmodelle komplexer und die neue Plattformökonomie verlangt nach rascher Anpassungsfähigkeit. In diesem volatilen Umfeld stehen Unternehmen vor der Herausforderung, sich mit langfristigen Zielsetzungen und nachhaltigen Erfolgsstrategien zu behaupten. Gleichzeitig gilt es, eine Brücke zu den Stakeholdern und deren teils divergierenden, mitunter auch kurzfristigen Erwartungen an das Unternehmen zu schlagen. Ein Spannungsfeld, das die Unternehmen fordert und nach innovativen Lösungen verlangt.

«Long-term» ist der Begriff der Stunde – doch was bedeutet er genau? Erschaffen Unternehmen tatsächlich langfristigen Mehrwert, oder schmücken sie sich nur mit einer Worthülse? Die vorliegende Ausgabe widmet sich verschiedenen Ansätzen auf dem Weg zum langfristig erfolgreichen Unternehmen. «Es ist die Aufgabe des Verwaltungsrats, den nachhaltigen Erfolg der Firma zu sichern», sagt Ingrid

Deltenre, Schweizer Verwaltungsrätin des Jahres, im Interview (S. 2).

Als Spiegel des Unternehmens besitzt der Geschäftsbericht das Potenzial, langfristige Wertschöpfung nicht nur aufzuzeigen, sondern auch messbar zu machen, wie Tjeerd Krumpelman anhand der Berichterstattung von ABN AMRO (S. 5) darlegt. Herausfordernd ist die täglich wachsende Fülle an Daten, die zunehmend auch von externen Dienstleistern angeboten wird. Wie ein Unternehmen dennoch die Informationshoheit bewahren kann, weiss Phil Fitz-Gerald, Financial Reporting Lab (S. 15).

Wie verhalten Sie sich persönlich in diesem Spannungsfeld? Setzen Sie eher auf Kurzfristigkeit, wofür ebenfalls berechnete Argumente vorliegen, oder denken Sie in Ihrem Tun vermehrt an übermorgen? Wagen Sie mit uns den Blick in die Kristallkugel.

Ihre Helen Gloor



Ein guter VR ist auch ein respektierter Sparringspartner für das Management.

INGRID DELTENRE
Schweizer Verwaltungsrätin des Jahres

→ Seite 2

OCT 2019

25

CCR ROUNDTABLE

We will take a deep dive into the challenges of businesses to credibly report when their business model is fundamentally changing.



corporate-reporting.com

SUSTAINABILITY

From numbers to impact.
By Tjeerd Krumpelman

→ Page 5

FINANCE

XBRL kommt 2020 – seien Sie vorbereitet.
Von Monika Kovarova-Simecek

→ Seite 14

CORPORATE REPORTING MONITOR

A look inside the black box.
By Christian P. Hoffmann,
Lea Knabben and
Thomas Scheiwiller.

→ Page 16

CORPORATE COMMUNICATIONS

Vom Reporting zum Prereporting.
Von Peter Seele

→ Seite 21