

The Reporting Times

DIE ZEITUNG DES CENTER FOR CORPORATE REPORTING



SHOW VALUE, BUILD TRUST

Stakeholders are calling for a dialogue that transcends financial considerations and addresses binding objectives. Companies are walking a tightrope with the conflicting demands of a broad range of requirements. How can they credibly assure that sustainable value is being created? How can they gain the trust of stakeholders? Internally, consensus on the added-value model and its risk-reward profile is essential. Externally, trust in reporting must be reinforced through continuity in communication as well as the fulfilment of promises regarding strategy, the added-value model and objectives.

The Reporting Times wird 10!

Mit dieser Ausgabe feiern wir die 20. Ausgabe von The Reporting Times. Seit zehn Jahren berichtet The Reporting Times zweimal jährlich mit Analysen, Interviews und Expertentexte über wichtige Entwicklungen im Corporate Reporting. «Wir wollten Trends aufgreifen und über den Tellerrand hinausblicken», erinnert sich Co-Gründerin Joëlle Loos-Neidhart im Jubiläumsinterview mit den Initianten auf S. 16-17. Sie erfahren, was der Publizist René Lüchinger und Chefredaktor der allerersten Ausgabe der ältesten Fachpublikation über Unternehmensberichterstattung im DACH-Raum heute zu seinem Editorial in The Reporting Times No.1 sagt. Weiter erläutert Janine Guillot, CEO Value Reporting Foundation, warum die Gründung des International Sustainability Standards Board (ISSB) eine einmalige Gelegenheit bietet, einen globalen Standard für die Offenlegung von Nachhaltigkeitsdaten für

die Finanzmärkte zu schaffen (S. 4). Die Herausforderungen für die Unternehmenskommunikation im laufenden Wandel zum Stakeholder-Kapitalismus beschreibt Christof Ehrhart, Leiter Corporate Communications & Governmental Affairs bei Robert Bosch und Honorarprofessor für Unternehmenskommunikation an der Universität Leipzig ab S. 2. Von Lutz Jäncke, Ordinarius für Neuropsychologie an der Universität Zürich, erfahren Sie, warum Vertrauen bei der Bewältigung unseres Alltags unerlässlich ist (S. 7). Und in der neuen Rubrik "Auf ein Wort mit..." stellt The Reporting Times regelmäßig bekannte Gesichter der Reporting Community von ihrer ganz persönlichen Seite vor. Den Auftakt macht in dieser Ausgabe Michel Gerber (S. 31).

Gute Lektüre wünscht
Walter Thomas Lutz



Beziehungskapital ist das Next Big Thing der Unternehmens- kommunikation.

PROF. DR. CHRISTOF EHRHART
Executive Vice President Corporate
Communications & Governmental Affairs
Robert Bosch GmbH
Honorarprofessor für Internationale
Unternehmenskommunikation
Universität Leipzig

→ Seiten 2-3

JUNE 2022

13

13TH GESCHÄFTSBERICHTE-
SYMPOSIUM
«SHOW VALUE, BUILD TRUST»

This year, the symposium will be held in a hybrid format. As a guest, you can choose between on-site participation at the GDI Rüschiikon or the digital pass with access to the livestream.

Register
now!

gb-symposium.ch

SHOW VALUE, BUILD TRUST

The Need for Business
Political Acumen

by David Bach

→ Page 5

SUSTAINABILITY

Deutsche Börse + ISS: Strategic
Objectives of the Merger and
Consequences for the Market

by Stephanie Eckermann

→ Page 14

CORPORATE GOVERNANCE

Wenn eine Minderheit
eine AG kontrolliert

von Felix Horber

→ Seite 25

CORPORATE COMMUNICATIONS

Geschäftsberichte
fair pitch

von Laura Hennig und Julian Müller

→ Seite 30