



LAURENCE BIENZ  
Head Media & Investor  
Relations, Investis

1 Die Transparenz in der Berichterstattung ist eine wesentliche Voraussetzung für den Erfolg und das Image eines Unternehmens und wichtige Basis für eine gesunde Weiterentwicklung. Wir arbeiten seit Jahren daran, unsere internen Abläufe zu optimieren, um den Regularien zu entsprechen und all unseren Stakeholdern gerecht zu werden. Für kleinere Unternehmen kann diese Herausforderung durchaus grösser sein.

2 Insgesamt ist Lohntransparenz ein komplexes Konzept mit Vor- und Nachteilen. Es ist wichtig, die Bedürfnisse und Perspektiven aller Beteiligten zu berücksichtigen. Die Vergütungssysteme der Zukunft müssen deshalb nicht einfach nur offener werden, sondern mitarbeiterorientierter, agiler und individueller, damit ein Unternehmen im Arbeitsmarkt attraktiv bleibt, wobei der Lohn nicht das einzige Kriterium sein sollte. Jedes Unternehmen muss seinen eigenen Ansatz finden.

3 Whistleblowing kann als ein Kontrollinstrument bezeichnet werden. Es bietet einen Mechanismus, um Missstände und Unrecht innerhalb einer Organisation oder Branche aufzudecken und an die Öffentlichkeit zu bringen. Allerdings ist zu beachten, dass es nicht immer ein wirksames Instrument ist. Es birgt für die Whistleblower selbst viele Herausforderungen und Risiken. Daher ist es wichtig, sicherzustellen, dass geeignete Schutzmechanismen vorhanden sind, damit die Informationen sicher und effektiv weitergegeben werden können.

4 Ein Ausbau der rein finanziellen Berichterstattung erfolgte bereits mit der Einführung Corporate-Governance-Richtlinien, die mit VegüV angereichert wurden. Ein nächster Schritt steht mit der Inklusion der ESG-Kriterien in die jährliche Berichterstattung bevor. Oberstes Prinzip bleibt jedoch auch hier die Transparenz, sich treu zu bleiben und kein Greenwashing zu betreiben.

5 Wir stehen in regelmässigem Kontakt mit unseren Stakeholdern über diverse Kanäle. Auch wenn die Kommunikationsstrategie verbindlich ist, ist sie nicht in Stein gemeisselt. Sie lebt vom steten Austausch, sowie von Erfahrung, Anpassung und Optimierung.

6 Wir werden im nächsten Geschäftsbericht die nichtfinanzielle Berichterstattung ausbauen und Nachhaltigkeitsthemen verstärkt berücksichtigen.

7 Ich bin seit über 23 Jahren in der Finanzkommunikation für verschiedene Unternehmen tätig. Es war bis anhin eine sehr spannende Zeit, wobei sich das Tätigkeitsfeld immer wieder weiterentwickelt und ausgebaut hat. Ich bin damit äusserst zufrieden und würde gar nichts daran ändern.

## 7 ANSWERS



DANIEL BÖSIGER  
Head Investor Relations &  
Chief Risk Officer, Georg Fischer

1

**Transparenz – «pain or gain»  
aus Ihrer Sicht?**

2

**Was halten Sie vom Konzept  
der Lohntransparenz?**

3

**Wie stehen Sie zum Whistleblowing  
als Kontrollinstrument in Politik  
und Wirtschaft?**

4

**Wo sehen Sie mittelfristig die  
grösste Herausforderung für die  
Unternehmenskommunikation,  
insbesondere den Geschäftsbericht?**

5

**Wie stellen Sie sicher, dass  
die Botschaften Ihres Unternehmens  
bei den Zielgruppen ankommen?**

6

**Was wollen Sie beim nächsten  
Geschäftsbericht anders machen?**

7

**Wenn Sie mit dem heutigen Wissen Ihre  
Laufbahn noch einmal starten könnten,  
wie sähe Ihre Karriereplanung aus?**

1 Mehr Transparenz zu schaffen, ist die an sich gute Absicht hinter den Regulierungen, die in den letzten Jahren stark zugenommen haben und immer noch zunehmen. In der Praxis führt das allerdings dazu, dass das Corporate Reporting weltweit mit Anforderungen und Vorschriften konfrontiert wird, die unterschiedlich sind und untereinander nicht abgestimmt werden. Die Herausforderung wird somit grösser, dem interessierten Stakeholder eine klare Meinung vom Unternehmen zu vermitteln.

2 GF führt jedes Jahr einen Dialog mit institutionellen Investoren und Proxy Advisors zur Transparenz und Offenlegung der Inhalte des Vergütungsberichts. Dabei verfolgen wir einen Best-Practice-Ansatz und vergleichen uns mit einer relevanten Peer Group in der Schweiz, um eine grösstmögliche Qualität in der Berichterstattung zu erzielen.

3 GF ist die vertrauensvolle Beziehung zu Mitarbeitenden, Kunden, Lieferanten und anderen Geschäftspartnern in einem sozial verantwortlichen, stabilen und prosperierenden Umfeld wichtig. Das Unternehmen betreibt eine Transparency Line, die von einem externen Anbieter betrieben wird und technisch so aufgestellt ist, dass sich kein Whistleblower Sorgen machen muss, seine Identität ungewollt bekanntzugeben.

4 GF hat am 1. März 2023 zum ersten Mal die finanziellen und alle ESG-Kennzahlen beziehungsweise -Themen gleichzeitig und gemeinsam im Rahmen einer Reporting Suite publiziert. Darauf gilt es nun aufzubauen und die Berichterstattung noch integrierter und zugleich weniger komplex zu machen.

5 Wir stützen die Botschaften der Unternehmensberichte sowie der ergänzenden Promotionsprodukte durch möglichst direkte Kommunikation mit den wichtigsten Stakeholdern. Für die Kommunikation mit dem Kapitalmarkt setzen wir Investorenpräsentationen mit der GF Equity Story zu Produktinnovationen und deren Nachhaltigkeitsnutzen ein.

6 Es finden von Jahr zu Jahr Anpassungen statt, der Bericht verändert sich laufend. Um Optimierungen für den Geschäftsbericht 2023 zu evaluieren, finden derzeit verschiedene Debriefings mit allen internen und externen Beteiligten statt.

7 Das Thema ESG hat in den letzten Jahren deutlich an Bedeutung gewonnen und ist aus der Unternehmensberichterstattung nicht mehr wegzudenken. Neben Kontinuität sind insofern eine stetige Weiterbildung und Integration angrenzender Themengebiete von zentraler Wichtigkeit.