

# VIER ZENTRALE TRENDS IN DER UNTERNEHMENSBERICHTERSTATTUNG

**Die Ergebnisse des diesjährigen Corporate Reporting Monitor zeigen, dass sich Nachhaltigkeit und Digitalisierung zu zentralen strategischen Herausforderungen für die Unternehmen und deren Berichterstattung entwickelt haben. Vier wegweisende Trends fallen in diesem Kontext besonders auf.**

Der Corporate Reporting Monitor 2020 basiert auf einer Befragung publizierender Unternehmen in der Schweiz, Deutschland und Österreich. Die unabhängige Untersuchung wurde dieses Jahr erstmals um eine Befragung ausgewiesener Experten aus der DACH-Region ergänzt, um deren Wissen und Trendeinschätzungen zugänglich zu machen. Jährlich wird in der Studie ein Fokusthema besonders beleuchtet. 2020 widmet sich der Sonderteil dem Thema Nachhaltigkeitsreporting.

Aus den Ergebnissen hat das Center for Corporate Reporting (CCR), Initiant der Studie, **vier zentrale Erkenntnisse** zusammengefasst:

**1. Die Zukunft gehört dem Stakeholder-Report**

Die Vorherrschaft der Berichterstattung mit Fokus auf den Kapitalmarkt gehört der Vergangenheit an. Die Zielgruppen werden diverser und damit die Informationsbedürfnisse. Der Dialog mit den Stakeholdern gewinnt an Bedeutung; den grössten Anstieg gegenüber dem Vorjahr verzeichnet die Zielgruppe «Mitarbeitende und potenzielle Mitarbeitende».

**2. Weiterhin fehlende Abstimmung von Kommunikations- und Reportingstrategie**

Synergiepotenziale werden inzwischen erkannt – beispielsweise die Mehrfachnutzung von Texten, Bildern und Diagrammen. Jedoch ist der Geschäftsbericht nur bei einem Drittel der Unternehmen formell Bestandteil der Unternehmensstrategie und eine konsequente Erfolgskontrolle im Reporting fehlt weitgehend.

**3. Die Digitalisierung nimmt Fahrt auf**

Der Digitalisierungstrend ist unumkehrbar, der Ansatz «Print First» ist nicht mehr erste Wahl. In der EU fordert die ESMA für die Finanzberichterstattung ab 2020 eine iXBRL/XHTML-Berichterstattung, jedoch haben viele Unternehmen die Dringlichkeit der XBRL-Berichterstattung noch nicht erkannt. Schon heute werden Non-Financials vielfach in rein digitalen Nachhaltigkeitsberichten publiziert und zunehmend pflegen Unternehmen den Dialog mit ihren Zielgruppen auf Social-Media-Plattformen.

**4. Nachhaltigkeit ist Teil der strategischen Agenda**

Nachhaltigkeit beherrscht den gesellschaftlichen Diskurs und durchdringt den Unternehmensalltag. Im Rahmen des Geschäftsberichtes zieht dieses Thema zunehmend Aufmerksamkeit auf sich. «Vertrauen in Nachhaltigkeit und die langfristige Perspektive steigern» ist das Ziel mit dem grössten Bedeutungsgewinn.

Das vollständige **Executive Summary** kann unter [reporting-monitor.com](http://reporting-monitor.com) bestellt werden.

## Über den Corporate Reporting Monitor

Der Corporate Reporting Monitor ist die erste wiederkehrende wissenschaftliche Studie, die durch eine Befragung der publizierenden Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz strategische Ziele des Geschäftsberichts und Trends in der Berichterstattung untersucht – und so wertvolle Benchmarks und Handlungsempfehlungen liefert. Die Studie wurde vom Center for Corporate Reporting (CCR), Zürich, initiiert und in Kooperation mit dem Center for Research in Financial Communication (Universität Leipzig) sowie der FH St. Pölten durchgeführt. Als Kooperationspartner unterstützte Deloitte AG die diesjährige Ausgabe.

## Weiterführende Informationen

- Im Rahmen der Studie gewährten verschiedene Unternehmen Einblick in ihre Nachhaltigkeitsberichterstattung. Die Interviews mit BASF, Lenzing AG und Swiss Prime Site finden Sie unter [reporting-monitor.com](https://reporting-monitor.com).
- Die ausführlichen Ergebniskataloge sind den CCR-Firmenmitgliedern sowie Studienteilnehmenden vorbehalten. CCR-Mitglieder profitieren zusätzlich von praxisnahen Handlungsempfehlungen.
- Auf Anfrage gehen die CCR-Experten in einem individuell abgestimmten Workshop auf Ihre Fragen ein.

## Für Rückfragen

Barbara Zäch, Co-CEO beim CCR, freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme:

[barbara.zaech@corporate-reporting.com](mailto:barbara.zaech@corporate-reporting.com)