

Geschäftsberichte- Symposium 2016 Scheinwelt Reporting

3 Best
Practice Sessions
in Englisch
Simultanübersetzung
der Plenumsbeiträge
ins Englische

Strategische Ausrichtung, Langfristorientierung, nachhaltige Entwicklung sind als Schlagwörter in der Unternehmensführung und auch im Reporting etabliert. Nur Schlagwörter oder auch von praktischer Relevanz? Der Kapitalmarkt sucht oftmals die kurzfristige Rendite. Unternehmen, die nachhaltig erfolgreich wirtschaften wollen, sind eher an langfristig orientierten Investoren interessiert. Regulatoren und Gesellschaft fordern mehr Transparenz und Kontrolle, um Unternehmen auch auf eine Gemeinwohlorientierung zu verpflichten. Diese von Unternehmen geforderten Imperative werden vom Kapitalmarkt jedoch zumeist nicht honoriert.

Wie gehen Verantwortliche von börsenkotierten Unternehmen mit den unterschiedlichen Interessenlagen um? Mit der Berichterstattung wird ein Spagat in diesem Spannungsfeld versucht – mit dem Resultat, dass kommunikative Scheinwelten

entstehen. Das Reporting nützt wenig, solange es keinen Bezug zum Geschäftsmodell, zur Strategie und zur Unternehmenskultur hat.

Wie Reporting und Geschäftsrealität mehr in Einklang gebracht werden können, diskutieren am Geschäftsberichte-Symposium 2016 Experten und Visionäre unter dem Titel «Scheinwelt Reporting».

Psychoanalytiker und Kolumnist Peter Schneider entlarvt die Scheinwelt auch im Zwischenmenschlichen und gibt wertvolle Hinweise für ein gelungenes Networking. Diese können von den Teilnehmern an Ort und Stelle auf ihre Wirksamkeit geprüft werden.

Donnerstag, 9. Juni 2016, 13.30 bis 18.30 Uhr Gottlieb Duttweiler Institute (GDI), Rüschlikon/Zürich

Programm

11.30 VIP-Lunch

Transparenz durch (Über-) Regulierung?

Dr. Andreas Burckhardt, Präsident des Verwaltungsrates, Baloise Holding AG

12.45 Türöffnung und Registrierung

13.30 Begrüssung*

Martin Spieler, Wirtschaftspublizist, Moderator

Dr. Kristin Köhler, CEO, Center for Corporate Reporting (CCR)

13.40 Corporate Reporting: The Business Reality

Keynote von Peter Bakker, Präsident und CEO, WBCSD (World Business Council for Sustainable Development)

14.10 Kapitalmarkt – Soll man Loyalität kaufen?*

Vorstellung der Eingabe beim Bundesamt für Justiz (Aktienrechtsreform), **Dr. Mirjam Staub-Bisang**, CEO, Independent Capital Group

14.25 Im Spagat zwischen Kurz- und Langfristorientierung*

Paneldiskussion mit:

Dr. Dominique Biedermann, Präsident, Stiftung Ethos

Dr. Mirjam Staub-Bisang, CEO, Independent Capital Group

Dr. Rudolf Wehrli, VRP, Clariant

Moderation: **Martin Spieler**

15.00 Pause, Networking, Transfer zu Sessions

15.30 Best Practice Sessions I

Fünf parallel laufende praxisorientierte Workshops

16.15 Pause, Networking, Transfer zu Sessions

16.30 Best Practice Sessions II

Fünf parallel laufende praxisorientierte Workshops

17.15 Pause, Transfer zum Plenum

17.30 Unternehmen im Spiegel der Gesellschaft*

Paneldiskussion mit:

Prof. Dr. Axel P. Lehmann, Group Chief Operating Officer, UBS

Prof. Dr. Timo Meynhardt, Lehrstuhlinhaber Dr. Arend Oetker

Lehrstuhl für Wirtschaftspsychologie und Führung, HHL Leipzig

Graduate School of Management und Managing Director des

Center for Leadership and Values in Society, Universität St. Gallen

Moderation: **Martin Spieler**

18.15 Und Sie so ...? – Zur Scheinwelt des Netzwerkelns

Prof. Dr. Peter Schneider, Psychoanalytiker und Kolumnist

18.30 Apéro riche, Networking

* Simultanübersetzung aller deutschen Plenumsbeiträge ins Englische

Best Practice Sessions*

SESSION I (ENGLISCH)

Fast-Close-Reporting-Prozess bei Novartis

Powered by MDD – Management Digital Data AG

Novartis veröffentlicht als erstes Schweizer Unternehmen seinen kompletten Finanz- und Geschäftsbericht – und lebt auch bei allen weiteren internen und externen Finanz-Reportings den Fast close. Diese Innovation war nur mit starkem Engagement des Senior Managements sowie der Standardisierung und Automatisierung aller Reporting-Prozesse möglich. Für Novartis brachte die Umstellung entscheidende Vorteile, weil sie den manuellen Aufwand reduziert und einen stärkeren Fokus auf die Business Performance erlaubt. Die akkurate und zeitige Information des Senior Managements sowie die Offenlegung umfassender finanzieller Informationen gegenüber dem Kapitalmarkt werden so unterstützt. Erhalten Sie Einblick in den Fast-Close-Prozess bei Novartis die Vor- und Nachteile sowie die Schritte für die Implementierung im Unternehmen.

Referenten:

Paul Penepent, Head of Group Financial Reporting and Accounting, Novartis

Reto Rieder, Head Group Consolidation and Reporting, Novartis

SESSION II (ENGLISCH)

Von finanzieller und nichtfinanzieller Berichterstattung zu Integrated Reporting <IR> – Was es braucht auf dem Weg dahin

In diesem Workshop wird der Weg zu <IR> thematisiert, indem die einzelnen Schritte der sogenannten <IR>-Journey aus Unternehmensperspektive aufgezeigt werden. Warum hat sich die UBS für Integrated Reporting entschieden? Welchen Ansatz hat sie gewählt? Auf welche Herausforderungen ist sie gestossen und was sind die nächsten Meilensteine auf ihrer <IR>-Journey? Welche wesentlichen Erkenntnisse können die UBS und die Sessanteilnehmer daraus ziehen?

Referenten:

Hubertus Kuelps, Group Head Communications & Branding, UBS

Dr. Christian Leitz, Head Corporate Responsibility and Secretary of Corporate Culture and Responsibility Committee, UBS

SESSION III (DEUTSCH)

Hier spricht der Chef – Verständlichkeit und Sprache in der CEO-Kommunikation

Du bist, was du sprichst – und schreibst. Das gilt insbesondere für den CEO als den Unternehmenslenker und obersten Kommunikator. Was macht eine authentische, verständliche und transparente CEO-Kommunikation aus? Wie können interne und externe Stakeholder erreicht werden? Welche Bedeutung kommt der schriftlichen Kommunikation, welche dem gesprochenen Wort zu? Christoph Schumacher gibt Einblicke in die CEO-Kommunikation des DAX-Konzerns Infineon und zeigt

auf, wie Verständlichkeit und Authentizität erreicht werden können. Auf der Grundlage von Studien zu Aktionärsbriefen und HV-Reden deutscher und Schweizer Vorstände zeigt Oliver Haug die Bedeutung von Sprache in der Unternehmenskommunikation auf – auch auf der Ebene der CEO-Kommunikation. Neben konkreten Fallbeispielen werden auch Handlungsempfehlungen für Ihre Unternehmenspraxis thematisiert.

Referenten:

Christoph Schumacher, Senior Manager CEO Communications, Infineon Technologies

Oliver Haug, CEO, H&H Communication Lab GmbH / Universität Hohenheim

SESSION IV (DEUTSCH)

Digitales Reporting – «Online First» bei Kuoni Group

Powered by Neidhart + Schön

Die Diskussion um den Nutzen gedruckter Geschäftsberichte und die Verlagerung der Berichterstattung ins Web beschäftigt Praktiker ebenso wie Strategen. Peter Brun, CCO Kuoni Group, zeigt am eigenen Case auf, was es heisst, von einer mehrfach für Print prämierten Berichterstattung auf eine reine Onlineversion umzusteigen. Wie beeinflusst dieser Entscheid die internen Prozesse? Worauf ist bei der Umsetzung besonders Wert zu legen? Was bedeutet die Neuausrichtung für Management, Kapitalmarkt, Mitarbeitende und Partner? Und: Welche strategischen Überlegungen stehen dahinter? Ein Erfahrungsbericht aus der Praxis – ergänzt durch Handlungsempfehlungen in Form der Checkliste «10 Tipps für digitales Reporting».

Referent:

Peter Brun, CCO, Kuoni Group

SESSION V (ENGLISCH)

Businessmodell-Infografiken – Praxiseinblicke von Coca-Cola HBC

Powered by ECLAT

Der Einsatz von Infografiken in der Unternehmensberichterstattung und in der Finanzkommunikation soll komplexe Zusammenhänge in Strategie, Wertschöpfungsmodell oder Stakeholder-Beziehungen aufzeigen. Dies ist ein innovativer Ansatz, der heute noch selten anzutreffen ist. Die infografische Darstellung des Geschäftsmodells eines Unternehmens gehört dabei zur kommunikativen Königsdisziplin. Coca-Cola HBC hat diese Herausforderung angenommen und bereits vor drei Jahren begonnen, ihr Geschäftsmodell im Kontext ihres integrierten Berichts visuell zu verdichten und darzustellen. Lernen Sie Vorteile von Infografiken in der Berichterstattung, den Entstehungsprozess und Key Learnings von Coca-Cola HBC kennen.

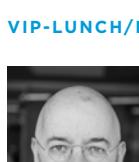
Referent:

Éda G. Pogány, Group External Affairs Director, Coca-Cola HBC

* Mit der Aufteilung in zwei Blöcke (15.30 – 16.15 Uhr und 16.30 – 17.15 Uhr) haben Sie die Möglichkeit, mehrere Best Practice Sessions zu besuchen. Bitte melden Sie sich mit Angabe Ihrer Erst- und Zweitwahl an unter: gb-symposium.ch

Speakers

VIP-LUNCH/PLENUM



Peter Bakker

Präsident und CEO, WBCSD (World Business Council for Sustainable Development)



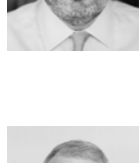
Dr. Dominique Biedermann

Präsident, Stiftung Ethos



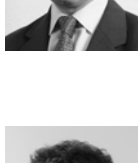
Dr. Andreas Burckhardt

Präsident des Verwaltungsrates, Baloise Holding AG



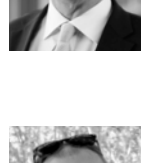
Prof. Dr. Axel P. Lehmann

Group Chief Operating Officer, UBS AG



Prof. Dr. Timo Meynhardt

HHL Leipzig Graduate School of Management and Center for Leadership and Values in Society, University of St. Gallen



Prof. Dr. Peter Schneider

Psychoanalytiker und Kolumnist



Dr. Mirjam Staub-Bisang

CEO, Independent Capital Group AG



Dr. Rudolf Wehrli

Präsident des Verwaltungsrates, Clariant AG



MODERATION

Martin Spieler

Wirtschaftspublizist

BEST PRACTICE



Peter Brun

CCO, Kuoni Group



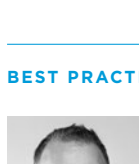
Oliver Haug

CEO, H&H Communication Lab GmbH / Universität Hohenheim



Hubertus Kuelps

Group Head Communications & Branding, UBS AG



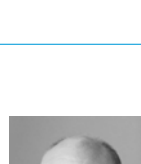
Dr. Christian Leitz

Head Corporate Responsibility and Secretary, Corporate Culture and Responsibility Committee, UBS AG



Paul Penepent

Head of Group Financial Reporting and Accounting, Novartis International AG



Éda G. Pogány

Group External Affairs Director, Coca-Cola HBC AG



Reto Rieder

Head Group Consolidation and Reporting, Novartis International AG



Christoph Schumacher

Senior Manager CEO Communications, Infineon Technologies AG



Scannen Sie diesen QR-Code und erfahren Sie mehr zu den Werdegängen der Referenten.

gb-symposium.ch/de/2016/referenten