

HarbourClub

## Das Wahre, das Gute und das Schöne des Geschäftsberichts

Anlässlich der Verleihung der Preise für die besten Schweizer Geschäftsberichte 2018 im Forum St. Peter der Credit Suisse sprach Gastreferentin Katja Gentinetta zu den rund 200 geladenen Kommunikations- und Finanzexperten. Nachfolgender Text ist eine gekürzte Fassung des Referats.

Text: **Katja Gentinetta\***



Katja Gentinetta.

Einmal im Jahr legen die Kommunikationsabteilungen mit dem Geschäftsbericht Rechenschaft ab über das Tun ihres Unterneh-

mens: mit Zahlen, Fakten, integriert und ausführlich – wie es das Gesetz und die Investoren verlangen. Die Geschäftsberichte präsentieren ihre Unternehmen so umfassend wahr, gut und schön, dass sich mancher

fragen mag, ob das alles vielleicht nicht zu wahr, gut und schön – oder gar täuschend wahr, gut und schön ist.

Das Wahre, Gute und Schöne existiert, aber – so Platon in seinem berühmten Hö-

---

\* Katja Gentinetta, politische Philosophin, Publizistin und Lehrbeauftragte der Universität St. Gallen

lengleichnis – nur im Reich der Ideen, nicht aber in der Wirklichkeit. Wir sehen nur Abbilder. Wer – mit Platon – die Höhle verlässt, wird die Wahrheit erkennen, sich damit aber nicht gerade beliebt machen. Einer, der die Wahrheit der Wirtschaft unverblümt ausspricht, ist Milton Friedman: The business of business is business.

Was macht nun die Unternehmenskommunikation mit dieser nüchternen Wahrheit, von der sie selbst genau weiss? Sie muss Wahrheit und «Täuschung» – die Lenkung der Aufmerksamkeit – beherrschen.

Was die Wahrheit betrifft, wird sie sich auf das beschränken, was zwingend vorgeschrieben ist, oder, wie sich der Jurypräsident des Geschäftsberichte-Rankings ausdrückt, den «Willen zur Transparenz demonstrieren». Überdies wird sie Geschichten erzählen – natürlich mit einem wahren Kern, vor allem aber mit viel Drum und Dran: mit Erzählsträngen, Spannungsbögen, Emotionen – «Corporate Storytelling» –, jeder braucht heute sein Narrativ. Gefragt ist auch die «equity story». Sogar Homestories über Mit-


arbeitende werden publiziert – ob die «Illustrierte» im Geschäftsbericht wirklich eine gute Idee ist?

Was das Gute betrifft, haben Unternehmen viel zu berichten: von ihren Leistungen im Umweltbereich, ihren Sozialprojekten, den motivierten Mitarbeitenden – eine heile Welt. Viel Gutes tun heisst vor allem auch: Erwartungen zu erfüllen. Und das tun Unternehmen in ihren Geschäftsberichten so gut, dass sie aufpassen müssen, nicht zu unternehmerischen Gutmenschen zu mutieren, die vor lauter Ethik und Moral ihren eigentlichen Auftrag und die Folgen ihres Handelns aus den Augen zu verlieren drohen. Wer wirklich erfolgreich sein will im Business, muss Gutes tun – alles andere ist in der langen Frist zum Scheitern verurteilt. Das war auch schon Friedman klar.

#### **Zu dick auftragen ist gefährlich**

Was die Schönheit betrifft, sind Geschäftsberichte zweifelsohne unübertroffen: Gestaltung in ihrer besten Ausprägung. Aber wie beim Schminken gilt hier: Zu dick auf-

tragen ist gefährlich – es weckt den Verdacht, dass etwas verdeckt werden könnte.

Wer Unternehmenskommunikation macht, weiss, dass er nicht nur Communication Officer, sondern auch ein Illusion-Manager, Storyteller, Entertainer, Showmaster und Expectation-Manager ist. In keinem Fall aber sollte er oder sie der eigenen Täuschung erliegen – und auch andere nicht täuschen: The business of business is business. Wer schreibt, was er tut, und tut, was er schreibt, wird viel Wahres, Gutes und Schönes zu berichten haben – weil es gut fürs Business ist. Seien Sie deshalb, vor allem und zuerst: ein Reality-Manager! 

ANZEIGE

## DER SEMINARHERBST BEI DER IAB ACADEMY

Für die Vertiefung Ihres Digital Marketing Know-hows bietet der Branchenverband IAB verschiedene Kursprogramme an:

- **Für Entscheider: Intensivkurs «Digital Marketing Trends kompakt» an 4 Vormittagen** (30.10./6.11./13.11./20.11.2018 an der HWZ)
- **Für Mediaeinkäufer: Intensivtraining Programmatic Advertising und Data Targeting** (6. und 7.11.2018 an der HWZ)
- **Für Einsteiger: Diplomlehrgang «Digital Marketing Grundkurs»** (6 eintägige Module von 1.11. bis 13.12.2018)
- **Für Fortgeschrittene: Diplomlehrgang «Digital Marketing Aufbaukurs»** (6 eintägige Module von 24.10. bis 5.12.2018)

**Sämtliche Kurse werden von Experten aus der Branche mit hohem Praxisbezug unterrichtet!**

Weitere Informationen finden Sie unter [www.iab-academy.ch](http://www.iab-academy.ch)

