



Mediadaten 2024

The Reporting Times Reporting Insights

Sie erreichen dank der aktuellen und umfangreichen Datenbank des CCR eine klare Zielgruppenansprache in der gesamten DACH-Region - ohne Streuverluste.

Inhaltsverzeichnis

The Reporting Times	s. 2
Testimonials	s. 9
Reporting Insights	s. 10

1

The Reporting Times

Die Fachzeitschrift der Reporting-Community mit Interviews, autorenbasierten Fachartikeln und wiederkehrenden Kolumnen

Die Fachzeitschrift «The Reporting Times» wurde 2012 mit dem Ziel lanciert, aktuelle Entwicklungen, kontroverse Themen und wissenschaftliche Erkenntnisse rund um das Thema Reporting zu bündeln. Die Inhalte richten sich an Verantwortliche in Unternehmen, Entscheidungsträger im Kapitalmarkt, Standardsetzer und weitere relevante Stakeholder. «The Reporting Times» wird vom Center for Corporate Reporting (CCR) herausgegeben.

Inhaltlich präsentiert sich «The Reporting Times» mit wiederkehrenden Kolumnen, Interviews und recherchierten Fachartikeln zur externen wie auch internen Berichterstattung und thematisiert die Wechselwirkung zu Themen wie Strategie, Leadership, Reputation, Risikomanagement und Unternehmensführung. Zum Schwerpunktthema jeder Ausgabe kommen entsprechende Experten und Meinungsführer zu Wort.

Sämtliche Inhalte sollen den Knowledge-Transfer in der Corporate-Reporting-Community stärken.

1.1

Hauptzielgruppen

«The Reporting Times» will informieren, hinterfragen, anregen, die verschiedenen Stakeholder des Reportings und ihre Kontroversen – manchmal auch augenzwinkernd – zusammenbringen, dabei die Leserschaft auch unterhalten und visuell ansprechen. Die Reporting Times richtet sich an Entscheider, Macher und Beeinflusser der Berichterstattung bedeutender, meist börsenkotierter Unternehmen in der DACH-Region

-
- VRPs/CEOs/CFOs

 - Corporate Communications

 - Investor Relations

 - Corporate Sustainability

 - Corporate Finance

 - Corporate Governance, Legal, Generalsekretariat

 - Standardsetzer und Regulatoren

 - Akademie

 - Opinionleader und Interessensvereinigungen

 - Investorenvertreter und Vermögensverwalter
-



1.2

Facts

THE REPORTING TIMES

Auflage	5 000 Exemplare
Sprache	Deutsch und Englisch gemischt
Erscheinungsweise	2-mal jährlich vorwiegend in der DACH-Region
Format	Print und online
Chefredaktion	Walter Thomas Lutz
Redaktion	Center for Corporate Reporting

TERMINE 2024

Ausgabe	Inserateschluss	Erscheinung
No 24	22. April 2024	14. Mai 2024
No 25	30. August 2024	18. September 2024

Ihre Positionierungsmöglichkeiten

Wir platzieren Ihre Leistungen nicht nur mit Inseraten – wir garantieren Ihnen dank intelligentem Content Marketing sowohl Visibilität als auch Leads und versorgen Sie mit Inhalten für Ihre eigenen Kanäle!

Wir entwickeln gemeinsam mit unseren Inserenten ein individuelles Leistungspaket, um deren Kernbotschaften und Services themennah im attraktiven Umfeld unseres unabhängigen Kompetenzzentrums zu präsentieren.

IHRE HAUPTVORTEILE

- Durch Ihren Auftritt in der Fachzeitschrift sind Ihre Dienstleistungen ›top of mind‹ in der Community und Sie stärken Ihre Marktposition – sowohl dank der physischen als auch der digitalen Ausgabe der Reporting Times
- Als Co-Autor eines redaktionellen Beitrags oder durch ein Testimonial profitieren Sie vom Knowledge- und Imagetransfer des unabhängigen Kompetenzzentrums CCR
- Sie erreichen dank der aktuellen und umfangreichen Datenbank des CCR eine klare Zielgruppenansprache in der gesamten DACH-Region – ohne Streuverluste
- Ob als LinkedIn-Post, Beitrag in Ihrem Newsletter, direkt auf Ihrer Website oder im Kundendialog – Sie können alle entstandenen Inhalte in Ihren eigenen Kanälen weiterverwenden

1.3.1

Inserate

FORMATE UND PREISE

	1/3 Seite Hoch, sw	Textanschluss	77 × 360 mm	CHF 2 500.00
	1/3 Seite Quer, sw	Textanschluss	240 × 114 mm	CHF 2 500.00
	1/2 Seite Quer, sw	Textanschluss	240 × 186 mm	CHF 3 500.00
	1/1 Seite, sw	randabfallend	270 × 420 mm	CHF 6 000.00
	1/1 Seite, 4-fbg.	randabfallend	270 × 420 mm	CHF 7 500.00
	1/1 Seite, 4-fbg., Rückseite	randabfallend	270 × 420 mm	CHF 10 000.00



1.3.2

Banderole

Mit einer Banderole kommt Ihre Botschaft ganz sicher bei der Leserschaft an. Die Banderole kann individuell bedruckt werden (vorne und hinten) und wird als Umschlag um die gesamte Zeitschrift geklebt. Auf Wunsch kann die Banderole zusätzlich auf ein Inserat oder einen Beitrag innerhalb der Reporting Times verweisen und wird dann an der entsprechenden Stelle geklebt.

(Preis auf Anfrage je nach Grösse und Ausgestaltung)



1.3.3

Post-It

Mit einem prominent platzierten Post-it auf der Frontseite der «Reporting Times» erzielen Sie besonders grosse Aufmerksamkeit. Farbe, Form und Inhalt des Post-its kann frei gewählt werden.

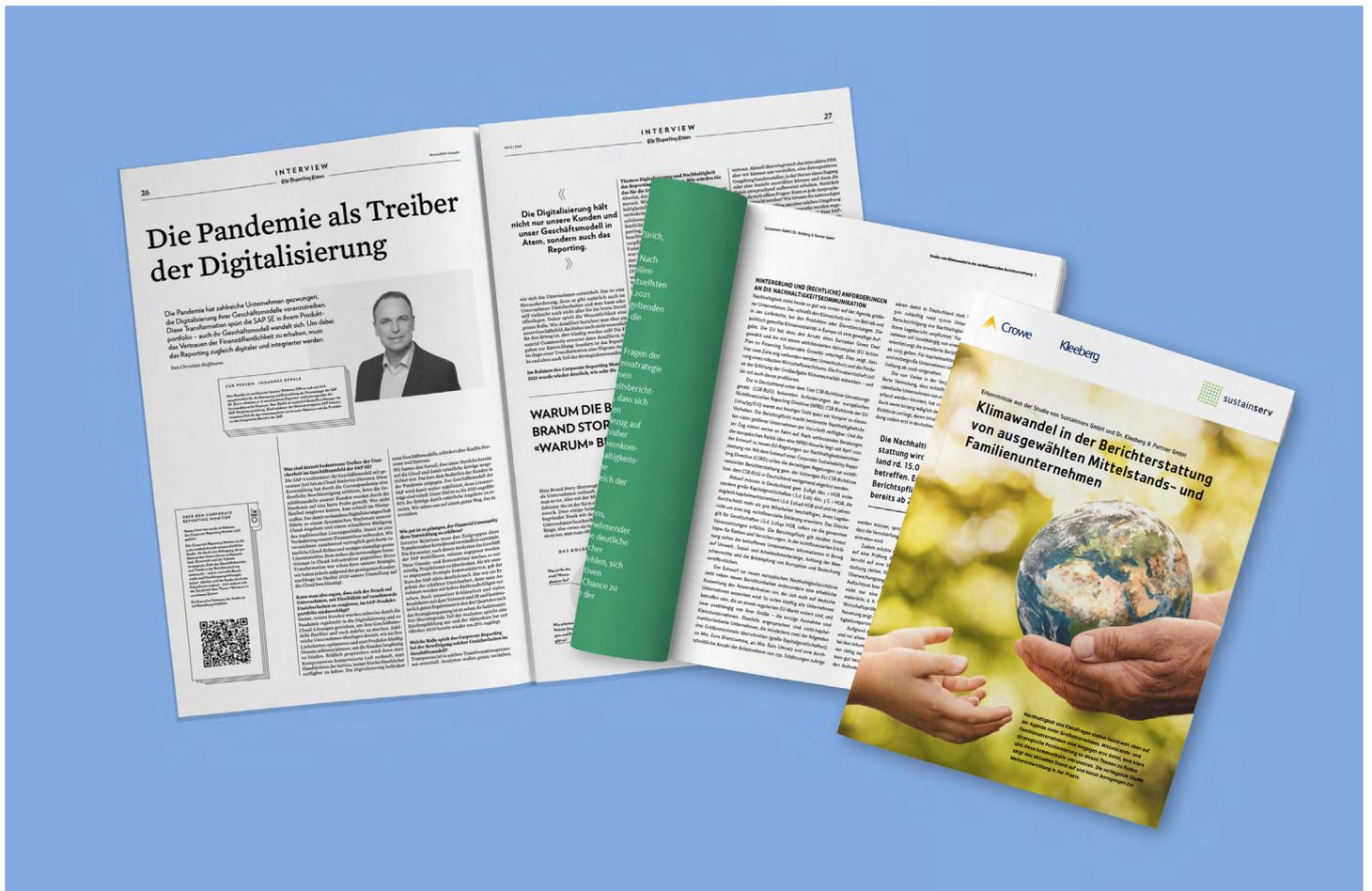
(Preis auf Anfrage je nach Grösse und Ausgestaltung)



Beilage

Bedienen Sie die Leserschaft von «The Reporting Times» mit Ihrer eigenen Drucksache – beispielsweise mit Ihrer Imagebroschüre, einer Werbekarte, Event-Einladung oder sonstigen Beilagen.

(Preis auf Anfrage je nach Umfang)



Testimonials

«Ich lese The Reporting Times gerne und finde sie wichtig. Die Beiträge aus den unterschiedlichen Disziplinen IR, Kommunikation, Finance und Nachhaltigkeit inspirieren mich für meine Arbeit.»

ROMAN SIDLER, LEITER KONZERNKOMMUNIKATION & INVESTOR RELATIONS GEBERIT

«Die Beiträge in der Reporting Times zeigen die wesentlichen Trends im Corporate Reporting auf und unterstützen mich bei der Einschätzung, was für uns in Zukunft relevant ist.»

ROGER BAILLOD, VERWALTUNGSRAT

“As one intimately acquainted with the international reporting landscape, I find The Reporting Times to be an outstanding format that addresses relevant issues in corporate reporting from an interdisciplinary perspective – including academic research and diverse opinions. Knowledge transfer from academia into corporate practice (and vice versa) is, and will be critical going forward. It was a pleasure publishing in The Reporting Times.”

PROF. DR. ROBERT G. ECCLES
HARVARD UNIVERSITY PROFESSOR, IIRC AND SASB INITIATOR

«The Reporting Times ist am Puls der Zeit. Die Relevanz der Reports wird aus verschiedenen Blickwinkeln beleuchtet, wobei der Aspekt ‘Design matters’ nicht zu kurz kommt. Wir unterstützen die Initiativen des Center for Corporate Reporting (CCR) mit unseren Inseraten und schätzen den interdisziplinären Zugang zum exklusiven Netzwerk.»

MICHAEL KAHN, DESIGN DIRECTOR & PARTNER, HILDA LTD.

Reporting Insights (digital)

Die digitale Publikation mit Analysen und Meinungen zu aktuellen Reporting-Themen und Eventagenda

Mit den digitalen «Reporting Insights» bietet Ihnen das Center for Corporate Reporting regelmässig Informationen, Experteneinschätzungen und Kommentare von renommierten Autoren zu aktuellen Trends und Entwicklungen aus der Welt des Reporting. Die Reporting Insights erscheinen 4- bis 6- mal jährlich und erreichen dank der englischen Ausgabe eine internationale Leserschaft

Facts

REPORTING INSIGHTS

Abonnenten	rund 5 000
Reichweite	vorwiegend DACH-Region; vermehrt auch im englischsprachigen Raum
Sprache	jeweils in Deutsch und Englisch
Erscheinungsweise	4- bis 6- mal jährlich

TERMINE 2024

Ausgabe	Inserateschluss	Erscheinung
2/2024	12. Februar 2024	22. Februar 2024
4/2024	15. April 2024	25. April 2024
8/2024	12. August 2024	22. August 2024
10/2024	21. Oktober 2024	31. Oktober 2024

Ihre Positionierungsmöglichkeiten

Die «Reporting Insights» bieten Ihnen 4- bis 6-mal jährlich die Möglichkeit zu inserieren.

Damit Sie Ihre Zielgruppen sowohl digital als auch über unsere Printpublikation «The Reporting Times» erreichen, offerieren wir Ihnen gerne ein attraktives Kombi-Paket. Mit einem Banner oder einer Publireportage erreichen Sie die ungeteilte Aufmerksamkeit von über 5000 Experten aus der Reporting-Community und können direkt auf Ihre Website, Anlässe oder Studien verlinken.

FORMATE UND PREISE

	<p>Kopfbanner ist direkt unter dem Editorial positioniert und garantiert maximale Aufmerksamkeit</p>	<p>1250 × 285 px</p>	<p>CHF 3 000.00</p>
	<p>Banner</p>	<p>1250 × 285 px</p>	<p>CHF 2 000.00</p>
	<p>Inhalt als Werbung/Publireportage gekennzeichnet</p>	<p>Preis auf Anfrage</p>	



Namhafte Autoren und Interviewpartner bereichern unsere Publikationen. Beispiele sind:

Markus Blanka-Graff	CFO, Kühne+Nagel
Prof. Robert G. Eccles	Harvard University
Carl Elsener	CEO, Victorinox AG
Philipp Gmür	Group CEO, Helvetia
Prof. Gisela Grosse	FH Münster
Dr. Alan Hippe	CFO, Roche
Prof. Dr. Christian Pieter Hoffmann	Universität Leipzig
Lise Kingo	VRP, Sanofi SA und Covestro AG
FH-Prof. Mag. Monika Kovarova-Simecek	FH St. Pölten
Dr. Lothar Rieth	Head of Sustainability, EnBW
François-Xavier Roger	CFO, Nestlé
Dr. Kai Rolker	Head Group Communications, Clariant
Solange Rouschop	Chief Sustainability Officer, ABN AMRO Bank N.V.
Neil Stewart	Director Corporate Outreach, Value Reporting Foundation
Manuela Suter	CFO, Bucher Industries
Marc Walder	CEO & Managing Partner, Ringier AG

Über das Center for Corporate Reporting (CCR)

Enabling Stakeholder Excellence and Value Creation

Strategisch verankertes Reporting stärkt das Vertrauen der Stakeholder ins Unternehmen sowie dessen Wertschöpfung und trägt zum langfristigen Erfolg bei. Zusammen mit unserem internationalen Expertennetzwerk befähigen wir unsere Mitglieder, die Qualität ihrer Berichterstattung zu verbessern. Wir bieten hochkarätige Events, praxisrelevante Publikationen und massgeschneiderte Beratung. Unsere Firmenmitglieder profitieren von einem kontinuierlichen Wissenstransfer durch Einordnung von Trends, Analysen, Coaching, Workshops sowie Peer-to-Peer-Learning – immer pragmatisch, handlungsorientiert und konkret.

WEITERE INFORMATIONEN ÜBER DAS CCR FINDEN SIE HIER:

→ corporate-reporting.com

→ reporting-times.com

→ gb-symposium.ch

INFORMATIONEN ZU EINER PARTNERSCHAFT MIT DEM CCR FINDEN SIE HIER:

