



WER KANN KRISE?
Welche Unternehmen auch in
Krisenzeiten am Kapitalmarkt
überzeugen

Preisverleihung INVESTORS' DARLING | September 2021

INHALTSVERZEICHNIS

| | | |
|----|--|----|
| 01 | Aktuelle Herausforderungen | 03 |
| 02 | Das RIC-Modell | 08 |
| 03 | Anpassungen und Updates 2021 | 13 |
| 04 | Finanzkommunikation in Zeiten der Pandemie | 18 |
| 05 | Ergebnisse INVESTORS' DARLING 2021 | 22 |
| 06 | Fazit und Ausblick | 28 |
| 07 | Kontakt | 31 |

01

Aktuelle Herausforderungen



Aktuelle Herausforderungen

Die Weiterentwicklung der Kapitalmarktkommunikation hat drei Schwerpunkte

1

Von Corona-Kommunikation zur
Krisenkommunikation

2

Sustainability Reporting
getrieben durch Regulierung

3

Digitalisierung der Berichterstattung

Aktuelle Herausforderungen | Krisenkommunikation

Nach der Krise ist vor der Krise



Krisenkommunikation als New Normal

- Kleine und große Krisen prägen die Weltgeschehen

Eine **effektive Krisenkommunikation** erfordert eine **kontinuierliche, glaubwürdige und zeitnahe** Bereitstellung **krisenrelevanter Informationen**

Rechnungslegung & Investor Relations

www.kor-ifrs.de

Investor Relations »KOR1366740

Prof. Dr. Henning Zülch / Anne Schneider, M.A., beide Leipzig

Krisenkommunikation als New Normal in der Kapitalmarktkommunikation?

– Eine erste Bilanz zu den Veränderungen der Kapitalmarktkommunikation während der COVID-19-Krise –

Prof. Dr. Henning Zülch und Anne Schneider, M.A., beide Chair of Accounting and Auditing, HHL – Leipzig Graduate School of Management, Prof. Zülch ist darüber hinaus Mitglied im Fachbeirat der KoR.
Kontakt: autor@kor-ifrs.de

II. Elemente einer effektiven Krisenkommunikation

Krisenkommunikation ist zunächst im Bereich der Unternehmenskommunikation einzuordnen und umschließt dabei alle kommunikativen Maßnahmen, die im Zusammenhang mit der Öffentlichkeitsarbeit stehen, um einerseits Krisen vorzubeugen und andererseits zu bewältigen. Sie kann als Kernkompetenz eines professionellen Krisenmanagements angesehen werden und liegt daher vor allem im Aufgabenbereich des (Top-)Managements (vgl. Hering et. al (2009)). Daher sollte das Management eng mit allen Kommunikationsverantwortlichen zusammenarbeiten, insb. vor dem Hintergrund einer einheitlichen Kommunikation von Informationen über sämtliche Medien und Kanäle, worunter die sog. „one voice policy“ zu verstehen ist (vgl. Stoffels/ Bernskötter (2012)). Spätestens die COVID-19-Pandemie hat gezeigt, dass Kri-

„Schlecht für Lieferketten“

Schiffsstau in China zwingt Reeder zum Umplanen

Mehreren chinesischen Häfen droht eine Überlastung. Grund ist der Stau vor dem zweitgrößtem Hafen Ningbo - auch wegen eines Corona-Falls. Deshalb wächst erneut die Angst vor Lieferengpässen.

ENERGIE, HOLZ UND STAHL MASSIV VERTEUERT

Inflationsverbote: Erzeugerpreise in der Euro-Zone steigen in Rekordtempo

Im Juni legten die Erzeugerpreise in der Euro-Zone um 10,2 Prozent zu. Das ist der höchste Wert seit dem Start der Währungsunion 1999.

F.A.Z. FRÜHDENKER

Afghanistan steht vor einer neuen Schreckensherrschaft

VON SEBASTIAN REUTER - AKTUALISIERT AM 16.08.2021 - 06:06

Cyberangriff auf T-Mobile US

Hacker erbeuten Millionen Kundendaten

Stand: 18.08.2021 10:52 Uhr

Nach dem Cyberangriff auf T-Mobile US hat das Unternehmen Angaben zum Schaden gemacht: Die Hacker erbeuteten Daten von Millionen Mobilfunkkunden, darunter Sozialversicherungsnummern und Führerscheindaten.

Neuer Uno-Weltklimabericht

Kritische Schwelle der Erderwärmung könnte schon 2030 gerissen werden

In neun Jahren könnte der Anstieg der globalen Mitteltemperatur 1,5 Grad überschreiten, prognostiziert der Weltklimarat – und warnt vor nie erreichten Extremwetterereignissen. Der Trend lässt sich nur verlangsamen, wenn man sofort handelt.

Quellen: ZÜLCH/SCHNEIDER, KoR 06/2021. MANAGER MAGAZIN (2021). HANDELSBLATT (2021). TAGESSCHAU (2021). FAZ (2021). SPIEGEL (2021).

Aktuelle Herausforderungen | Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeitsberichterstattung wird immer mehr durch den Gesetzgeber getrieben



Larry Fink's
Letter to
CEOs 2020

*And because capital markets pull future risk forward, **we will see changes in capital allocation more quickly than we see changes to the climate itself.** [...] **Climate risk is investment risk.***

”

- Nicht nur seitens der **Investoren** erhöht sich der **Druck Nachhaltigkeitsinformationen** bereitzustellen
- **Regulatorische Anforderungen** erfordern das weitere **intensive Befassen** mit der **Nachhaltigkeitsberichterstattung**

CORPORATE SUSTAINABLE REPORTING
DIRECTIVE



SUSTAINABLE FINANCE DISCLOSURE
REGULATION

Quellen: BLACKROCK (2020). CNBC (2020).

Aktuelle Herausforderungen | Digitalisierung

Digitalisierung heißt Nutzung eines digitalen Geschäftsberichts

Investor Relations/Rechnungslegung »KOR1358397
Prof. Dr. Henning Zülch, Leipzig / Dr. Eloy Barrantes, Wien / Philipp Ottenstein, M.Sc., Leipzig
Reporting: 50 shades of COVID (Teil 2)
– Status quo, Guidance für den Geschäftsbericht und Best-Practices –

Investor Relations/Rechnungslegung »KOR1354714
Dr. Eloy Barrantes, Wien / Prof. Dr. Henning Zülch, Leipzig
Reporting: 50 shades of COVID (Teil 1)
– Konzept, Botschaft und Bildsprache –

Prof. Dr. Henning Zülch, Chair of Graduate School of Management and Barrantes, nexsar GmbH, Wien. Ph Accounting and Auditing, HHL – Leipzig
Kontakt: autor@kor-ifs.de

Eine überzeugende Geschlechter Coronavirus-Pandemie mäßiger Gestaltung und (ii) ten. Um Erstellern in unruh feststellung zu leisten, gibt Te zur Corona-Krisenkommun u.a. anhand von Best-Practi

Dr. Eloy Barrantes nexsar GmbH, Wien. Prof. Dr. Henning Zülch, HHL – Leipzig Graduate School of Management, Leipzig und Mitglied im Fachbeirat der KoR.
Kontakt: autor@kor-ifs.de

Das Berichtsjahr 2020 wird vielen Reporting-Verantwortlichen in Unternehmen in Erinnerung bleiben. Neben der Einführung von iXBRL hat die Pandemie großen Einfluss auf die Berichte – auch in konzeptioneller, gestalterischer und kommunikativer Hinsicht. Im Konzept, seiner Bildsprache oder dem CEO-Vorwort dürfen die inhaltlichen Botschaften des Berichts nicht konterkariert werden. Nur wenn Inhalt und Gestaltung zusammenspielen, kann eine glaubwürdige und authentische Unternehmenspublikation entstehen.

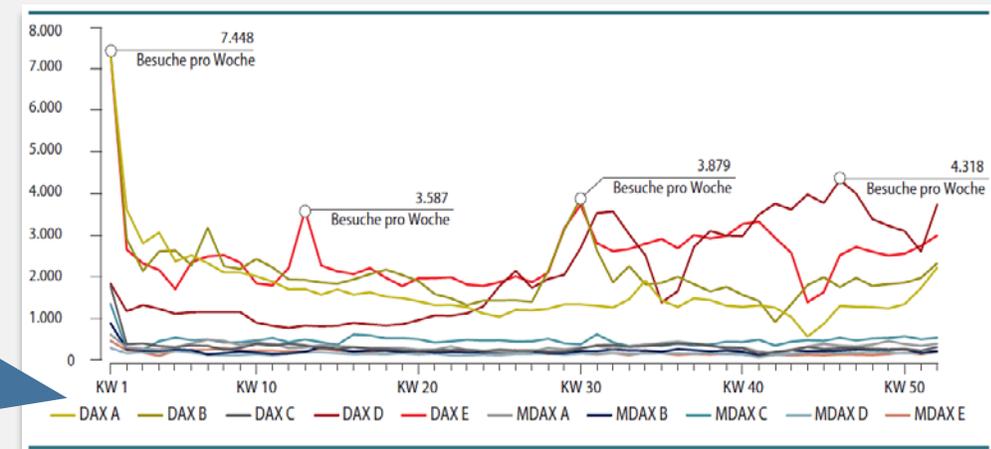
erfüllen, indem sie durch authentische und glaubwürdige Botschaften das Vertrauen im Markt stärken. Auf der anderen Seite geht es im Rechenschaftsteil um eine transparente Beschreibung und Erklärung der finanziellen- und nicht-finanziellen Auswirkungen der Pandemie.

In diesem ersten Teil unserer Beitragsreihe „Reporting: 50 shades of COVID“ befassen wir uns mit erstgenannten Aspekten: Wie gehen Unternehmen in bereits veröffentlichten Berichten aus konzeptioneller, gestalterischer und kommunikativer Perspektive mit der Pandemie um?

II. Aspekt 1: Konzept
Corona hat das Geschäft vieler Unternehmen im Jahr 2020 massiv verändert. Über die Erfüllung der Rechenschaftspflichten hinaus können Unternehmen die veränderten Rahmenbedingungen im Geschäftsbericht aktiv in den

Finanzkommunikation lässt sich in einem Geschäftsbericht nur durch das **Zusammenspiel von Gestaltung und Inhalt glaubwürdig** transportieren

Die Besuchszahlen des **digitalen Geschäftsberichts** sind auch weit nach **Veröffentlichung auf hohem Niveau**



Quellen: BARRANTES/ZÜLCH, KoR 3/2019, S. 157. BARRANTES/ZÜLCH, KoR 2/2021. ZÜLCH/BARRANTES/OTTENSTEIN, KoR 3/2021.

02

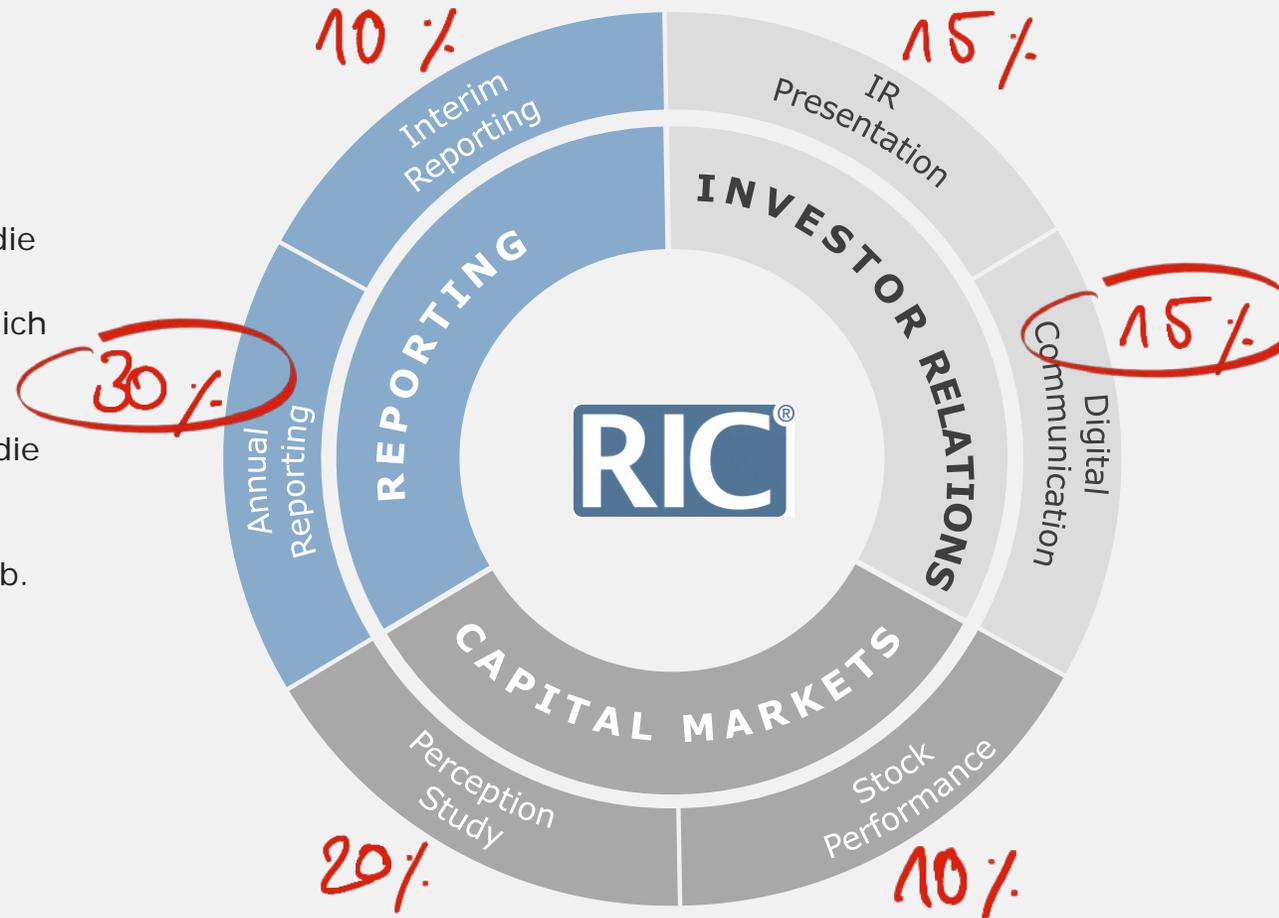
Das RIC-Modell

Das RIC-Modell

Unsere Analyse stützt sich auf das von uns entwickelte RIC-Modell

Die Betrachtung der Dimensionen **Reporting**, **Investor Relations** und **Capital Markets** erlaubt es, die Kapitalmarktkommunikation eines Unternehmens ganzheitlich zu beurteilen.

Das RIC-Modell deckt sowohl die **Sender-** als auch die **Empfängerperspektive** der Kapitalmarktkommunikation ab.



Die Dimension **Reporting** betrachtet die jährliche und unterjährige Berichterstattung.

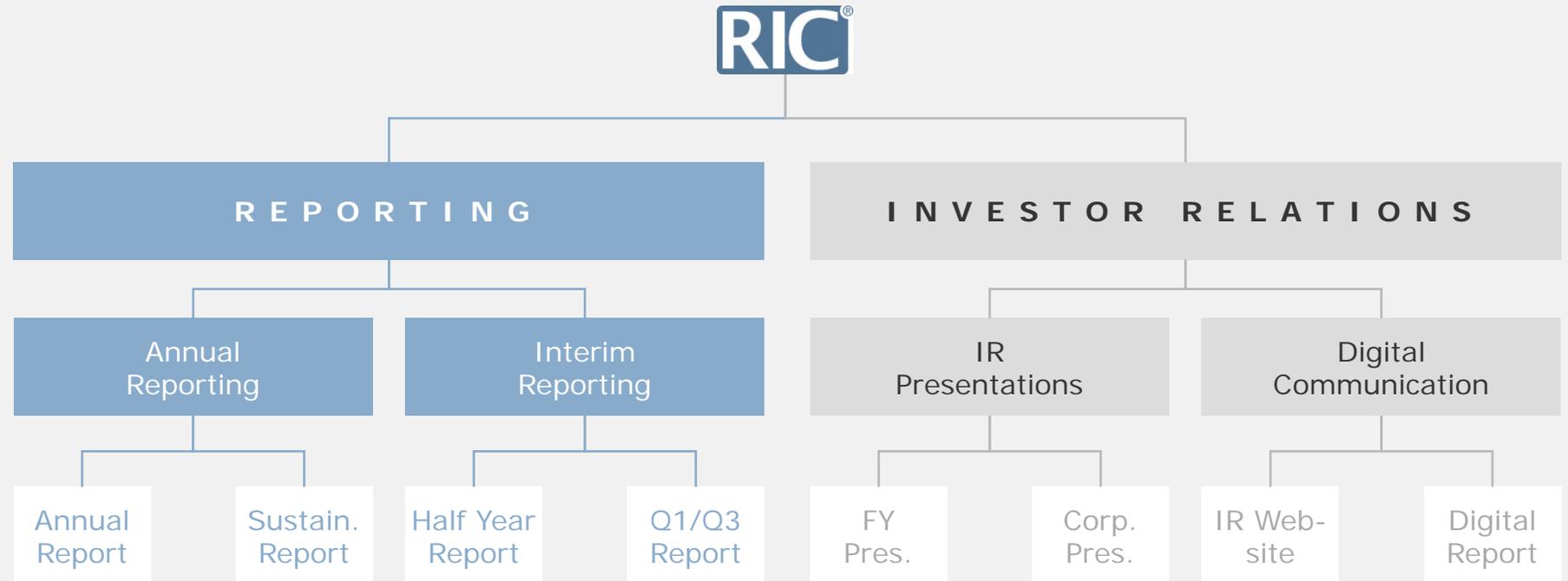
Die Dimension **Investor Relations** betrachtet wesentliche IR-Präsentationen sowie die Digitale Kommunikation.

Die Dimension **Capital Markets** betrachtet die Aktienperformance als auch die Wahrnehmung durch Analysten.

Das RIC-Modell

Die Analyse der Bereiche Reporting und Investor Relations bezieht ein breites Spektrum an Kommunikationsmedien mit ein

In die Analyse fließen wesentlich die Qualität des **Geschäftsberichts**, der **FY-Präsentation**, der **IR Website** sowie zahlreicher weiterer jährlicher und **unterjährlicher Reporting- und IR Medien** mit ein.



Das RIC-Modell

Die Analyse in den Bereichen Reporting und Investor Relations deckt ein breites Themenspektrum detailliert ab

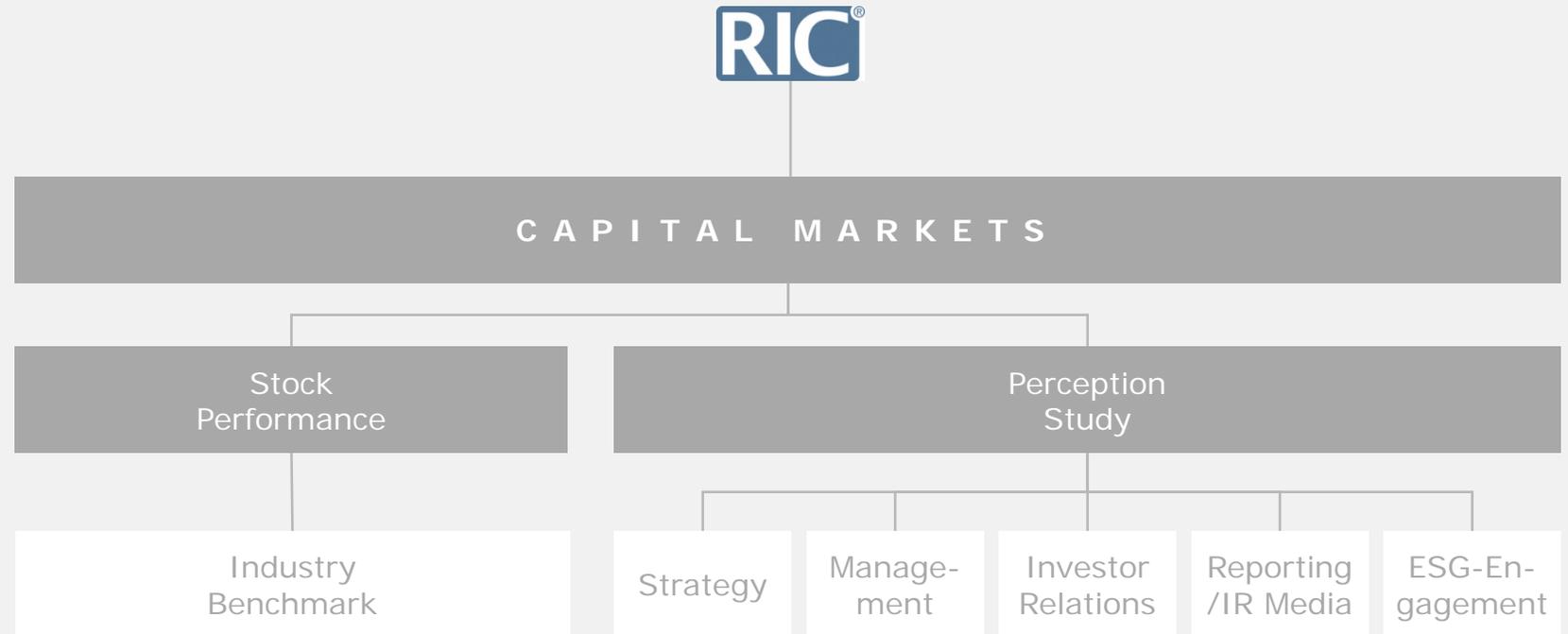
Die wesentlichen Inhalte der Analyse decken die Bereiche **Management**, **Financials**, **Non-Financials** sowie **Prospectives** ab. Darüber hinaus werden ausgewählte Sonderthemen abgefragt.

| | | Annual Reporting | Interim Reporting | IR Presentations | Digital Communication |
|-----------------------|-----------------------|------------------|---------------------|------------------|-----------------------|
| MANAGEMENT | Business Model | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| | Value Management | ✓ | - | ✓ | ✓ |
| | Capital Markets | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| FINANCIALS | Results & Fin. Status | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| | Financial Statements | ✓ | ✓ | - | - |
| NON-FINANCIALS | CSR | ✓ | - | ✓ | ✓ |
| | Corporate Governance | ✓ | - | - | ✓ |
| PROSPECTIVES | Strategy | ✓ | ✓ | - | ✓ |
| | Chances/Risks | ✓ | ✓ | - | - |
| | Forecasts | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| SPECIAL | | - | Quarterly Reporting | Equity Story | Website Functionality |
| | | - | - | - | Digital Reporting |

Das RIC-Modell

Aktienperformance und Analystenwahrnehmung werden in der Kapitalmarktanalyse einander gegenübergestellt

Die Aktienperformance des Unternehmens wird mit verschiedenen **Benchmarks** verglichen, Analysten bewerten die Strategie, das **Management**, die **IR-Abteilung** sowie die **Kommunikationsinstrumente** der Unternehmen.

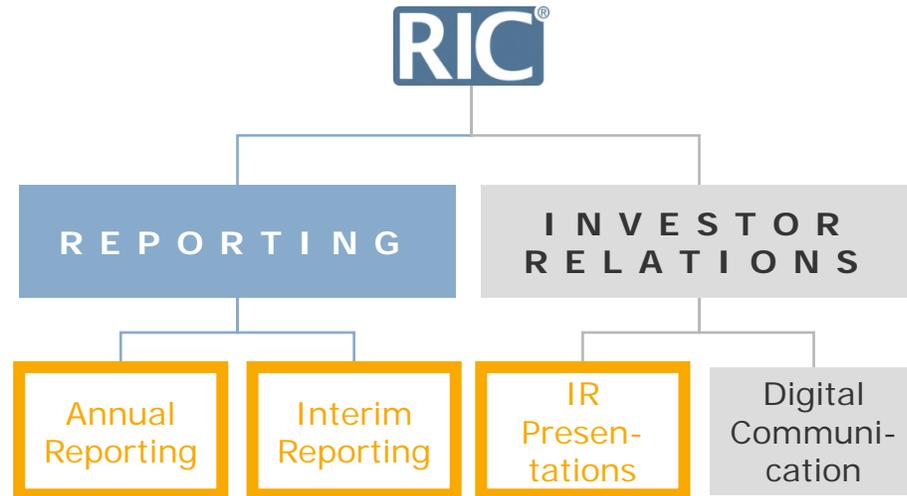


03

Anpassungen und Updates 2021

Anpassungen und Update 2021

Basis-Fragebogen



Wesentliche Änderungen

- **Steuerungskennzahlen:** neue Analyse zu nichtfinanziellen Steuerungsgrößen
- **Corporate Governance:** Erweiterung des Fragenkatalogs um Erklärungen zur Corporate Governance, zum Prüfungsausschuss und zum Kompetenzprofil

Anpassungen und Update 2021

CSR-Berichterstattung wird zu Sustainability Reporting

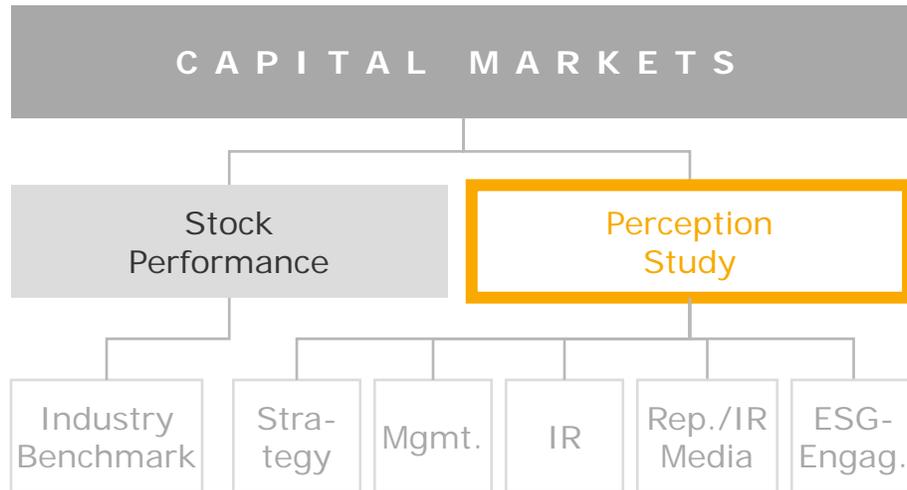


Wesentliche Änderungen

- Umbenennung des Sonderpreises von "CSR Berichterstattung" in "**Sustainability Reporting**"
 - Reine Qualitätsbewertung der Nachhaltigkeitsberichterstattung

Anpassungen und Update 2021

Die Perception Study wurde um die Dimension „ESG Engagement“ erweitert

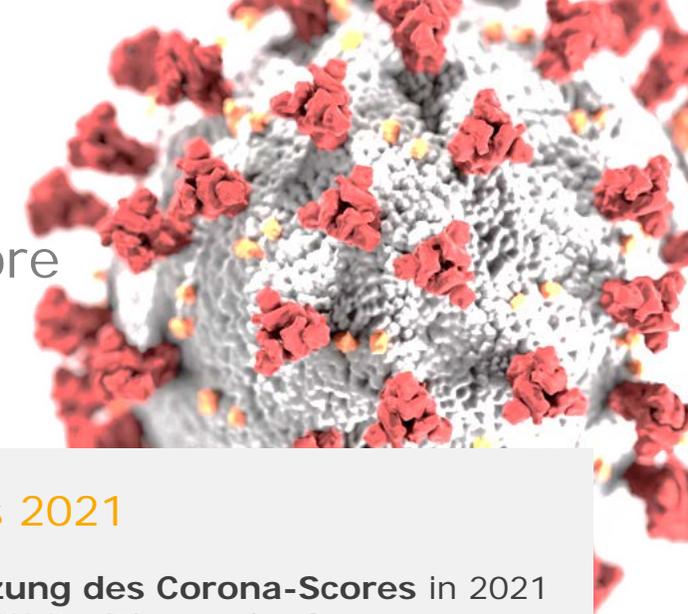


Wesentliche Änderungen

- Einführung einer neuen Befragungskategorie "ESG Engagement"
 - Ziel: **Berücksichtigung der Nachhaltigkeitsdimension** auf Seiten der Analysten und Investoren
 - Fragestellung an Analystenhäuser: „How do you evaluate the company's ESG engagement?“
 - Abgefragte Items:
 - 1) ESG Strategy
 - 2) ESG Performance
 - 3) ESG Communication

Anpassungen und Update 2021

Der ID Sieger ermittelt sich analog zum Wettbewerb 2020 auf Basis der kombinierten Bewertung von RIC-Score und Corona-Score



„Finanzkommunikation im Jahr 2021 heißt immer noch: Finanzkommunikation in der Corona-Krise“



Corona-Score 2021:

- Die **Corona-Pandemie** etablierte sich in diesem Jahr zum **Top-Thema** in sämtlichen Berichtsmedien
- **Zielsetzung des Corona-Scores:** Wahrung der Aktualität des Wettbewerbs und Einbezug der Pandemie
- Die **Analysemethodik** wurde im Jahr 2020 eigens für diese Erhebung entwickelt und in **Gesprächen mit Vertretern mehrerer DAX- und MDAX-Unternehmen** diskutiert
- Der **Sieger des Wettbewerbs** wird analog zum vergangenen Wettbewerbsjahr auf Basis eines kombinierten Scores aus **RIC-Score (90%)** und **Corona-Score (10%)** ermittelt

Updates 2021

- **Zielsetzung des Corona-Scores** in 2021 zudem: Weiterführung der Corona-Erhebung aus dem Jahr 2020
- Analysierte Dokumente: **Full-Year-Kommunikation 2020** (Geschäftsbericht & FY Presentation)
- **Inhaltliche Spezifizierung** des Fragenkatalogs
- Berechnung: **Übergang** von relativer Bewertung (Vergleich zu Benchmark-Unternehmen) **zu absoluter Bewertung** (Vergleich zu maximal möglicher Punktzahl)

04

Finanzkommunikation in Zeiten der Pandemie

Corona in der Kapitalmarktkommunikation | Ein Blick in die aktuelle Forschung

Krisenkommunikation bedeutet mehr als nur Corona



Unternehmen müssen gegenüber dem weiteren Verlauf der Pandemie und den weiteren Konsequenzen vorbereitet sein sowie ihre **Krisenkommunikation** sowohl **anspruchsgruppengerecht, strategisch und digital, als auch glaubwürdig, transparent und empathisch** ausrichten.

Anforderungen an eine effiziente Krisenkommunikation

- (1) Bereitstellung von relevanten, vollständigen und glaubwürdigen Informationen
- (2) Kontinuierliche Veröffentlichung von Informationen
- (3) Erläuterung der gewählten Kommunikationsstrategie

Rechnungslegung & Investor Relations www.kor-frs.de

Investor Relations KOR1366740

Prof. Dr. Henning Zülch / Anne Schneider, M.A., beide Leipzig

Krisenkommunikation als New Normal in der Kapitalmarktkommunikation?

– Eine erste Bilanz zu den Veränderungen der Kapitalmarktkommunikation während der COVID-19-Krise –

Prof. Dr. Henning Zülch und Anne Schneider, M.A., beide Chair of Accounting and Auditing, HHL – Leipzig Graduate School of Management, Prof. Zülch ist darüber hinaus Mitglied im Fachbeirat der KoR.

Kontakt: autor@kor-frs.de

Über ein Jahr ist es her, als die COVID-19-Pandemie Deutschland mit ihrem Ausbruch regelrecht überschattete. Kapitalmarktorientierte Unternehmen in Deutschland stehen seither vor erheblichen Herausforderungen – angefangen bei der Reorganisation interner Prozesse, wie die sofortige Umgestaltung bisheriger Arbeitsabläufe zu Homeoffice-Lösungen bis hin zu virtuellen Hauptversammlungen. Allerdings umgibt diese Unternehmen dabei eine nicht weniger wichtige Aufgabe: Die Kommunikation über die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie gegenüber ihren Investoren. Investor Relations erweist sich insb. in diesen Zeiten als wahre Königsdisziplin, besonders für die Stabilisierung des Anlegervertrauens. Die COVID-19-Krise hat mit all ihren Auswirkungen zu einem Wandel in der Kapitalmarktkommunikation geführt. Rückblickend auf das letzte Jahr, soll der vorliegende Beitrag eine erste Bilanz dazu liefern, inwiefern sich die Kapitalmarktkommunikation während der Krise verändert hat und welche Bestandteile einer qualitativ hochwertigen Krisenkommunikation künftig zu den „must haves“ einer guten Kapitalmarktkommunikation zählen.

I. Motivation

Bei dem Versuch das Jahr 2020 aus Kapitalmarktsicht anhand von drei Schlagworten zu beschreiben, könnten „Schock, Unsicherheit, Hoffnung“ nicht treffender sein. Seit der Wirtschafts- und Finanzkrise 2008/2009 war der Kapitalmarkt nicht von solcher Unsicherheit seitens der Anleger geprägt, wie im COVID-Krisenjahr 2020. In diesen Zeiten ist das Vertrauen der Investoren unabdingbar. Gerade dann ist eine gute Investor-Relations-Arbeit wichtiger denn je, um den Investoren wieder eine Orientierung zu bieten, ihren Erwartungen gerecht zu werden und Unsicherheiten am Kapitalmarkt zu reduzieren (vgl. *Pwinger/Hoffmann (2020)*).

Im Zuge der Pandemie mussten zahlreiche Unternehmen ihre bisherige und standardisierte Kapitalmarktkommunikation auf Krisenkommunikation umfunktionieren und ihre Kommunikationsmechanismen auf den Krisenmodus umstellen. Während im vorherigen Berichtsjahr noch sporadisch über COVID-19 berichtet wurde, dominierten die Pandemie und ihre Auswirkungen längst die genutzten Kanäle der Finanzkommunikation und etablierten sich insb. in der Berichtssaison 2020 zum Top-Thema. Doch was macht gute Krisenkommunikation aus und welche Auswirkungen hat die Krise auf die Zukunft der Kapitalmarktkommunikation?

294 KoR Nr. 06 04.06.2021

Quelle: ZÜLCH/SCHNEIDER KoR 2021, S. 297.

Corona in der Kapitalmarktkommunikation | Investors' Darling

Der Corona-Fragebogen wurde in allen vier Kategorien inhaltlich angepasst



Die Corona-Pandemie etabliert sich als Top-Thema in der Berichtssaison 2020 – angefangen bei den Titelseiten der Geschäftsberichte.



Leitfragen zu Management und Financials:

Management:

- Wie transparent berichtet das Unternehmen über ein konkretes Krisenmanagement und Krisenbewältigungsmaßnahmen?
- Thematisiert das Unternehmen Dividendenzahlungen, Aktienkursverläufe, staatliche Hilfen vor dem Hintergrund der Pandemie?

Financials:

- Wie transparent ist das Unternehmen zu den finanziellen Auswirkungen der Pandemie (Einfluss und Quantifizierung der Auswirkungen auf die VFE-Lage)?

Leitfragen zu Non-Financials und Prospectives:

Non Financials:

- Berichtet das Unternehmen über Maßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit und Corporate Governance (Anpassung im Vergütungssystem, Verzicht von Vergütungsbestandteilen)?

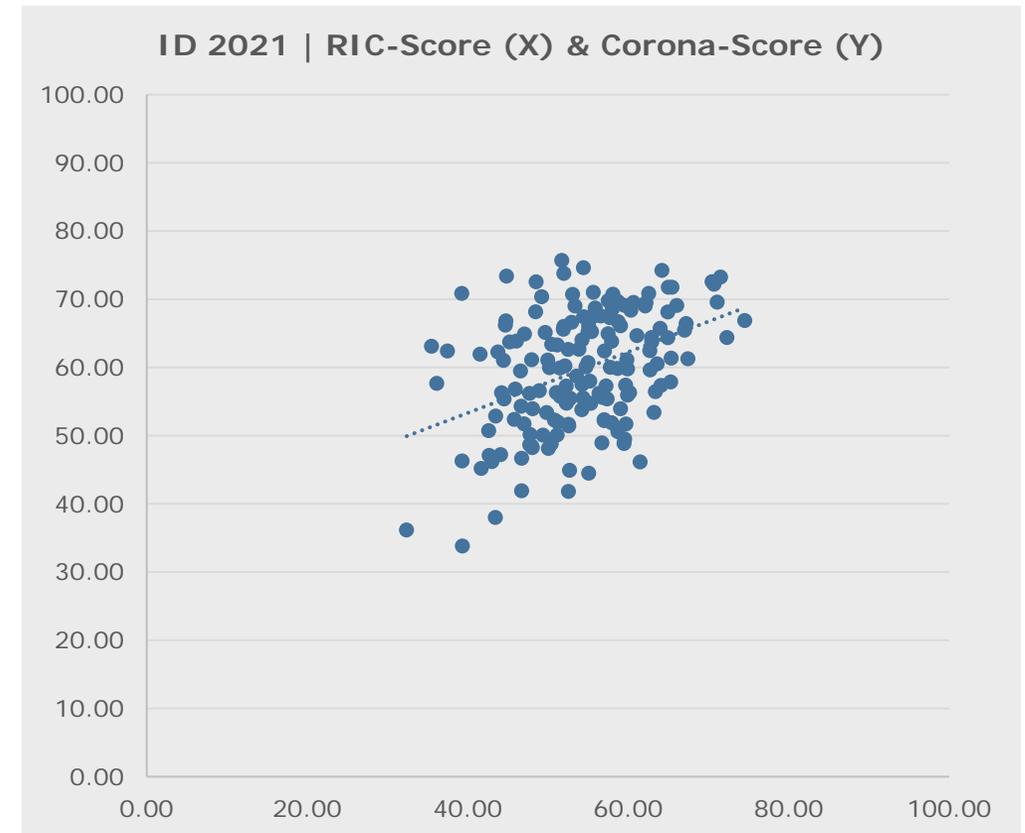
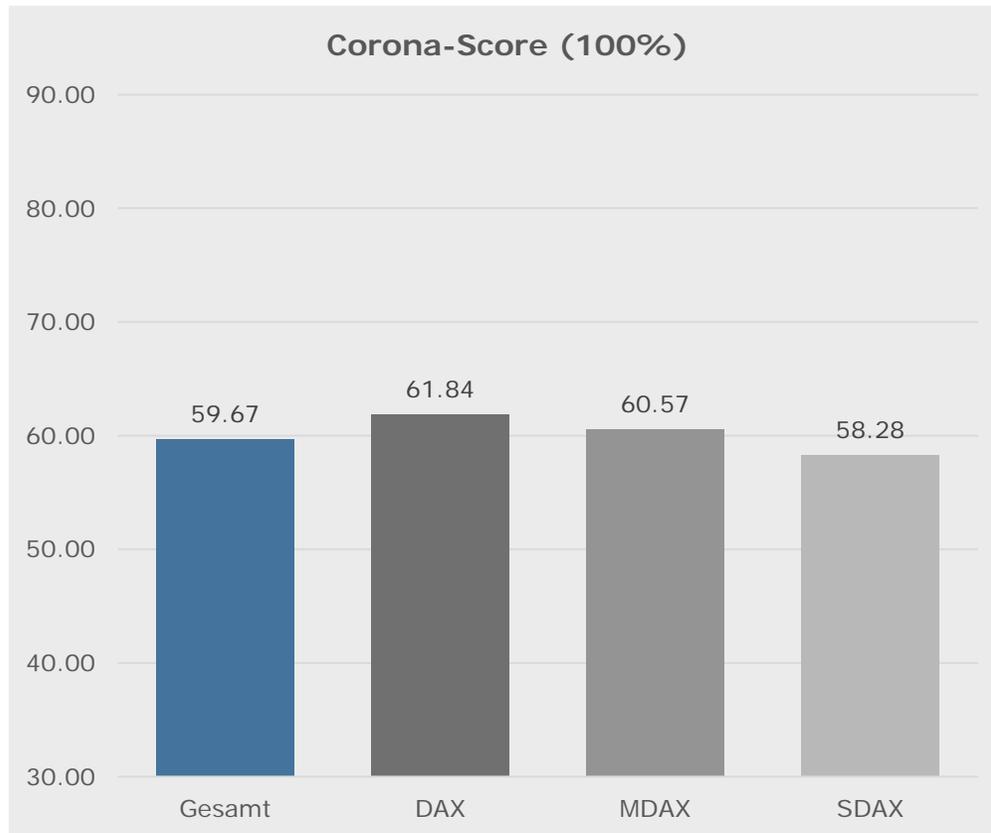
Prospectives:

- Wie transparent berichtet das Unternehmen über Auswirkungen der Pandemie auf die Risiko-Chancen-Situation?
- Wird ein Ausblick für das aktuelle Geschäftsjahr gegeben und quantifiziert?

Quelle: VARTA AG, Geschäftsbericht 2020. DEUTSCHE POST AG, Geschäftsbericht 2020. GEA GROUP AG, Geschäftsbericht 2020.

Corona in der Kapitalmarktkommunikation | Sondererhebung Corona-Score

Die Unternehmen konnten bereits die Corona-Kommunikation in ihre reguläre Berichterstattung integrieren

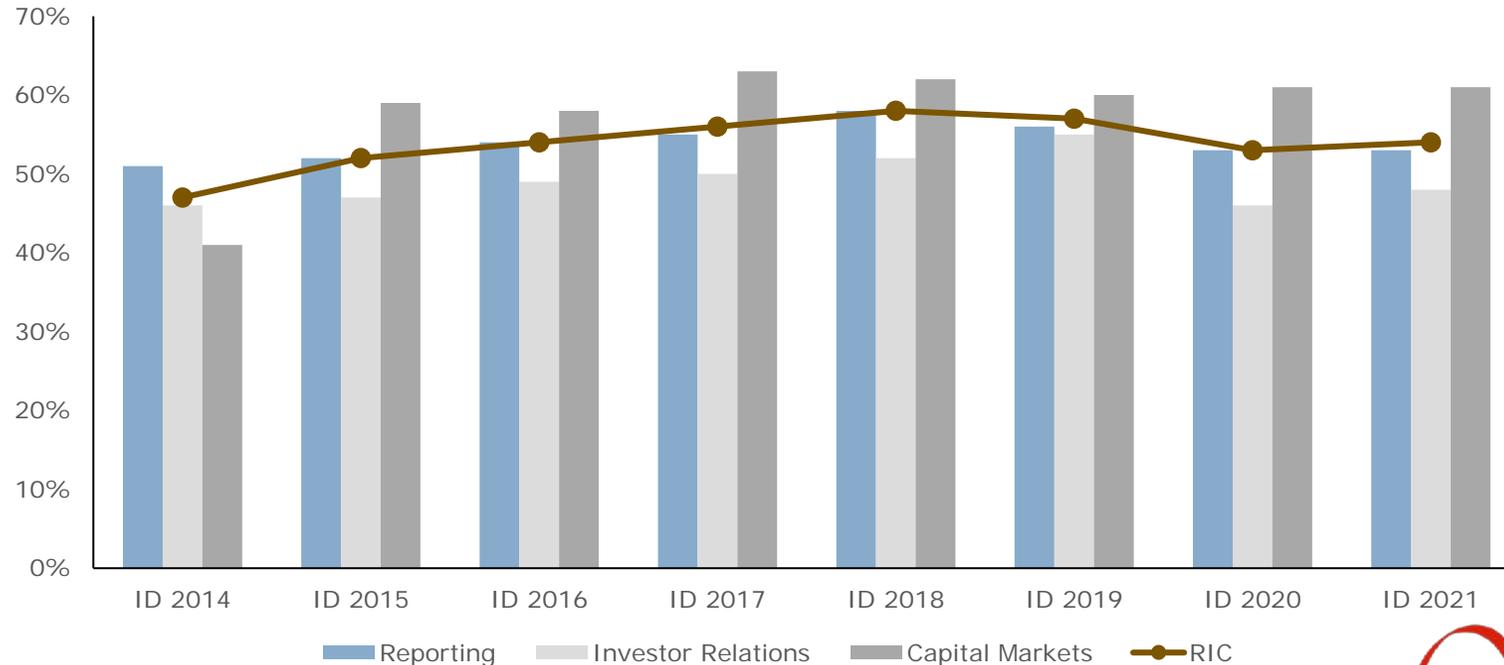


05

Ergebnisse INVESTORS' DARLING 2021

Ergebnisse INVESTORS' DARLING 2021

Ein Überblick der Ergebnisse im Zeitverlauf



| | ID 2014 | ID 2015 | ID 2016 | ID 2017 | ID 2018 | ID 2019 | ID 2020 | ID 2021 |
|---------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Reporting | 51% | 52% | 54% | 55% | 58% | 56% | 53% | 53% |
| Investor Relations | 46% | 47% | 49% | 50% | 52% | 55% | 46% | 48% |
| Capital Markets | 41% | 59% | 58% | 63% | 62% | 60% | 61% | 61% |
| RIC | 47% | 52% | 54% | 56% | 58% | 57% | 53% | 54% |

Erkenntnisse

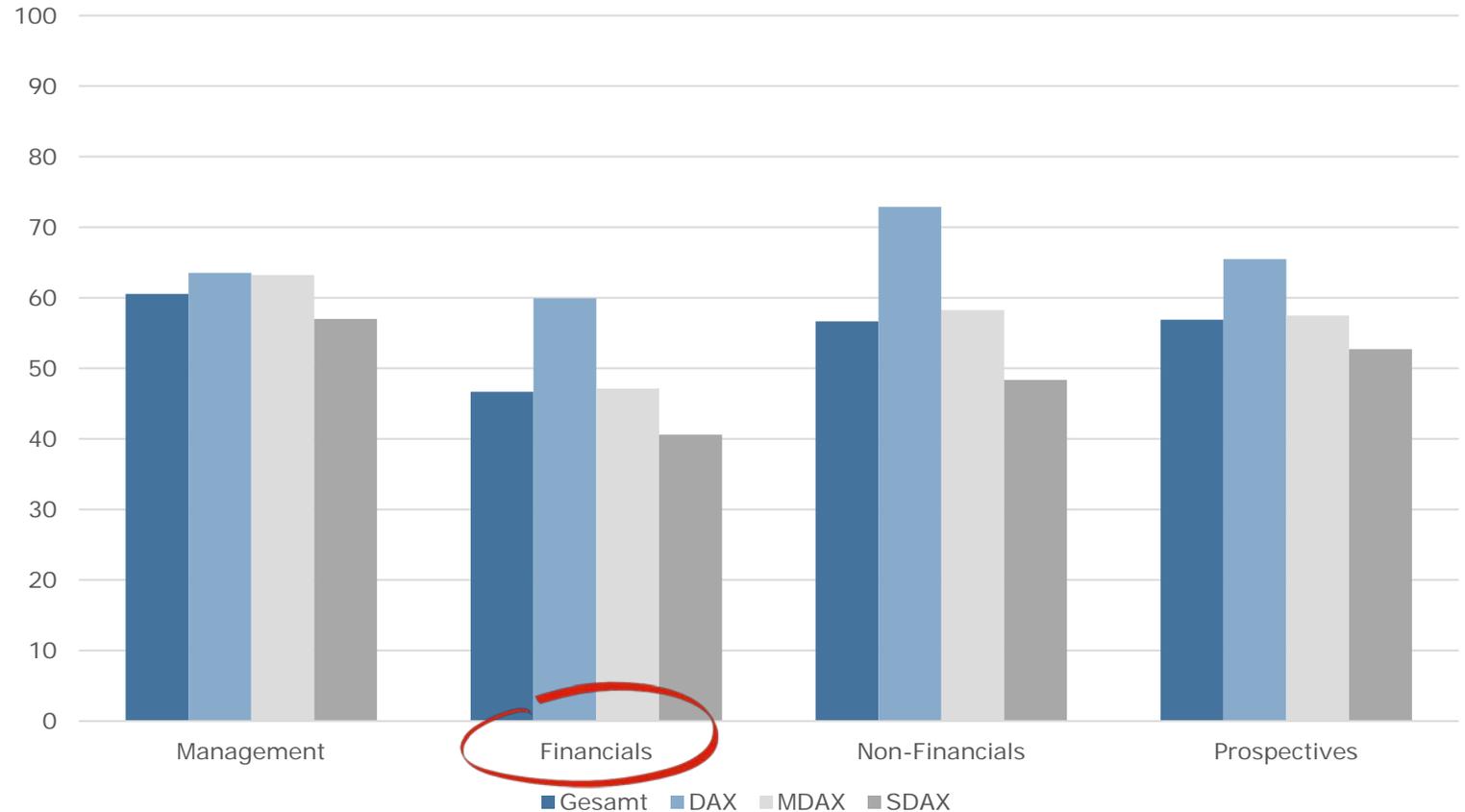
- Im **RIC Score** konnten die Unternehmen wieder eine **Verbesserung** im Vergleich zum letzten Jahr erreichen
- Insbesondere im Bereich der **IR-Präsentation** konnten **Punktgewinne** verzeichnet werden, während im Geschäftsbericht und der Zwischenberichterstattung die Qualität stabil blieb
- Die befragten **Fondsmanager und Analysten sprechen** weiterhin den **DAX-, MDAX- und SDAX-Unternehmen** in der Perception Study ihr **Vertrauen aus**

Ergebnisse INVESTORS' DARLING 2021

Dimension Reporting | Annual Reporting

Erkenntnisse

- In der **jährlichen Geschäftsberichterstattung** erzielen die Unternehmen **im Durchschnitt** aller vier Bereiche **befriedigende Ergebnisse** und konnten sich verbessern
- Der **DAX** ist in allen Kategorien Spitzenreiter und **Benchmark** für die Folge-Indizes
- Insbesondere in den **Kategorien Financials** und **Non-Financials** kann sich der **DAX** abheben
- Die Kategorie **Financials** stellt die meisten Unternehmen weiterhin vor **Herausforderungen**

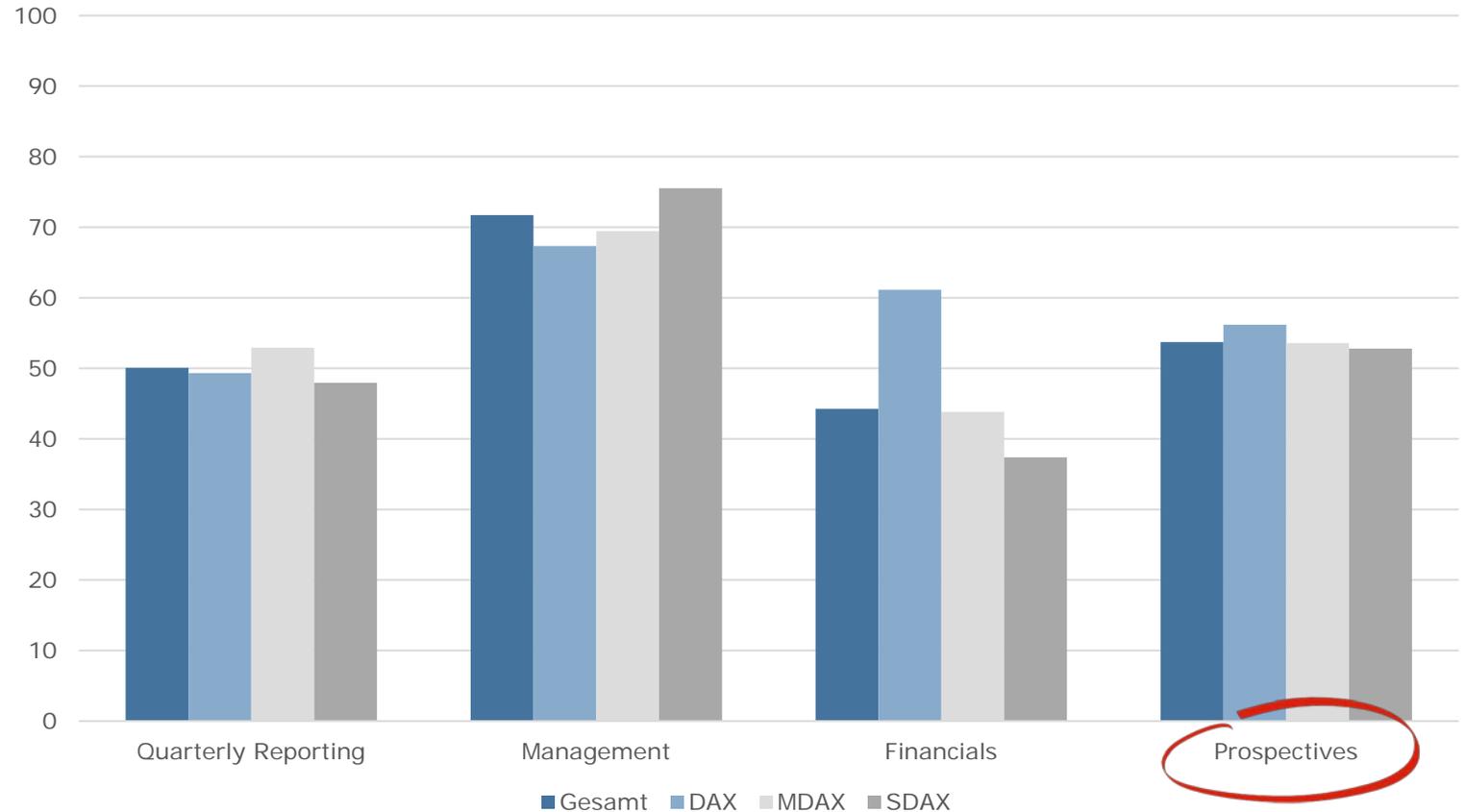


Ergebnisse INVESTORS' DARLING 2021

Dimension Reporting | Interim Reporting

Erkenntnisse

- Im der Kategorie **Quarterly Reporting** ist ein **Qualitätsverlust** im Vergleich zum Vorjahr zu verzeichnen
- Die **Corona-Pandemie** macht sich in den Prospectives im **Halbjahresbericht** bemerkbar, weil viele Unternehmen **keine Prognose** abgeben
- Der **SDAX** berichtet wieder **am Besten** in der Kategorie **Management**, hat jedoch **Verbesserungspotenzial** in den **Financials**
- Der Bereich **Financials** offenbart insgesamt großes **Verbesserungspotenzial**

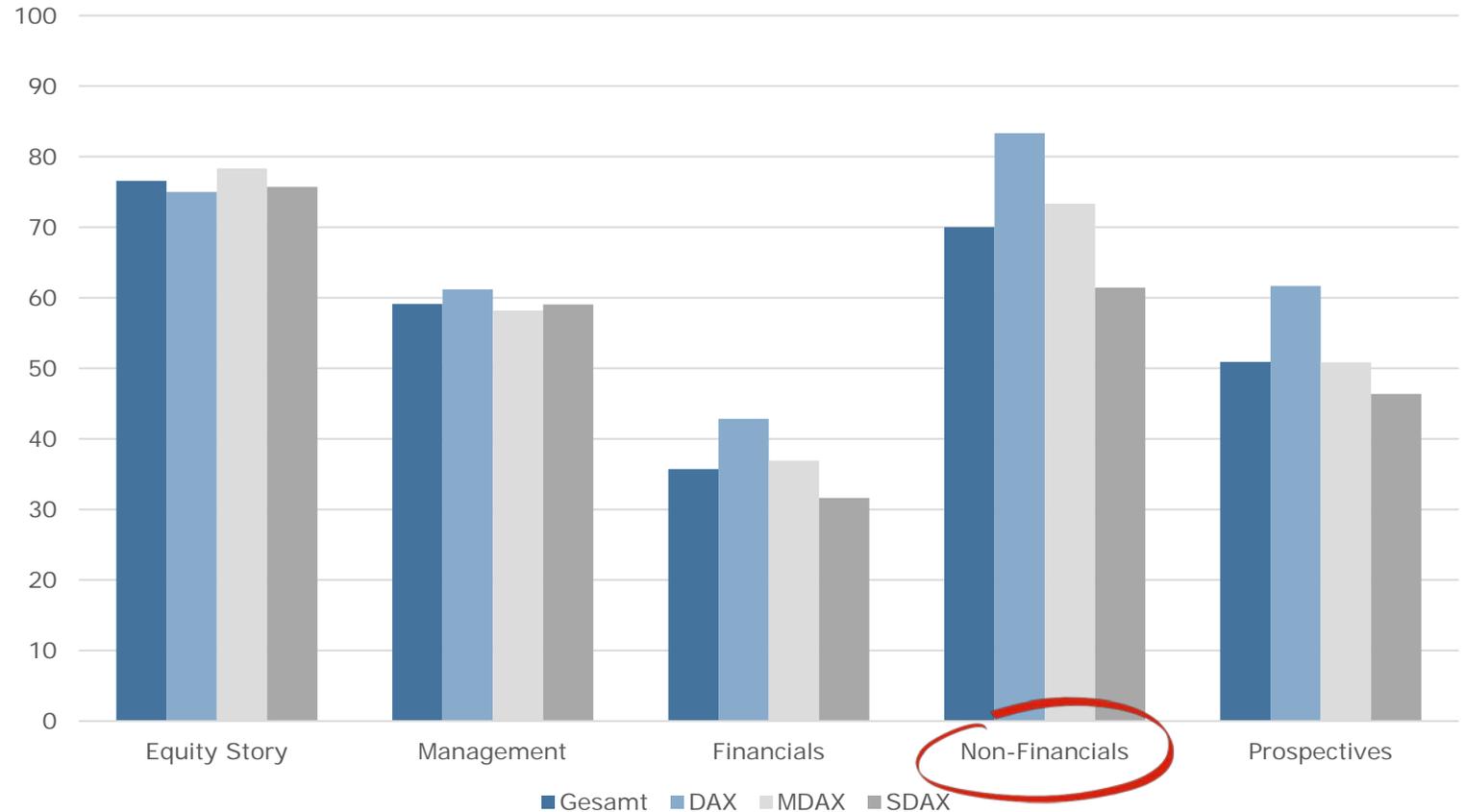


Ergebnisse INVESTORS' DARLING 2021

Dimension Investor Relations | IR Presentations

Erkenntnisse

- Im Bereich der IR Presentations ist eine **stabile Weiterentwicklung** zu beobachten
- Die Kategorie der **Financials** wird weiterhin von vielen Unternehmen vernachlässigt
- Der Nachfrage nach nichtfinanziellen Informationen führt zu einer **starken Verbesserung** in der Kategorie der **Non-Financials**
- Der **SDAX** kann in allen Kategorien **Punktezuwächse verzeichnen** und nähert sich dem Niveau von MDAX und DAX an

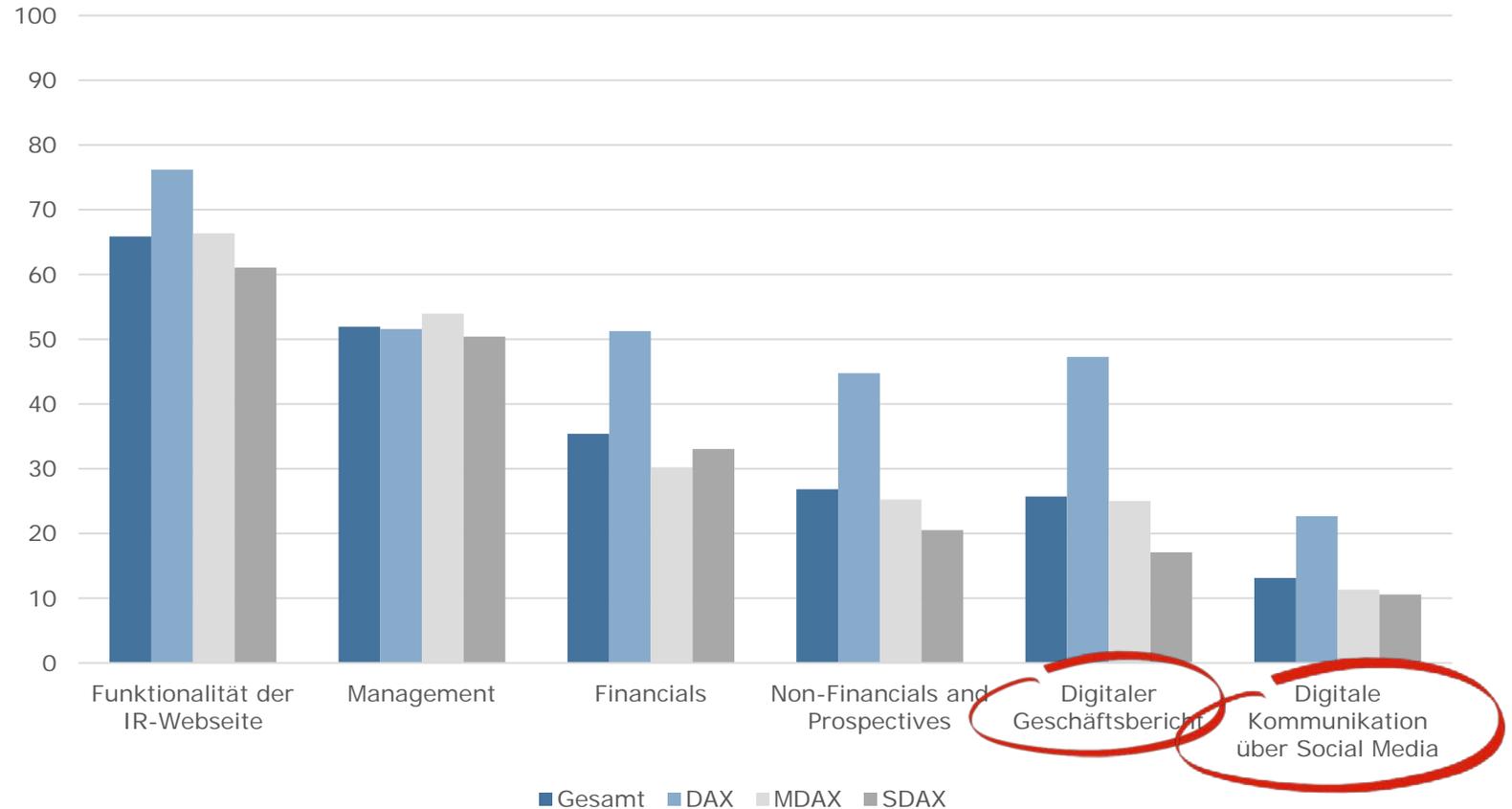


Ergebnisse INVESTORS' DARLING 2021

Dimension Investor Relations | Digital Communication

Erkenntnisse

- Die **Qualität der digitalen Finanzkommunikation** kann nur bei **DAX-Unternehmen** als akzeptabel gelten
- Auch in der **Digital Communication** macht sich ein Rückgang bei den **Prospectives** aufgrund der **Corona-Pandemie** bemerkbar
- Der **Full-HTML-Bericht** (auch: Digital Report) ist weiterhin noch **kein etabliertes Berichtsmedium**
- Eine **deutliche** Verbesserung zum Vorjahr kann bei der **digitalen Kommunikation über Social Media** festgestellt werden (wenn auch auf niedrigem Niveau)



06

Fazit und Ausblick



Fazit und Ausblick

Zusammenfassung

1

Krisenkommunikation als **New Normal** erfordert einen Fokus auf Management, Financials und Prospectives: **eine ganzheitliche Perspektive!**

2

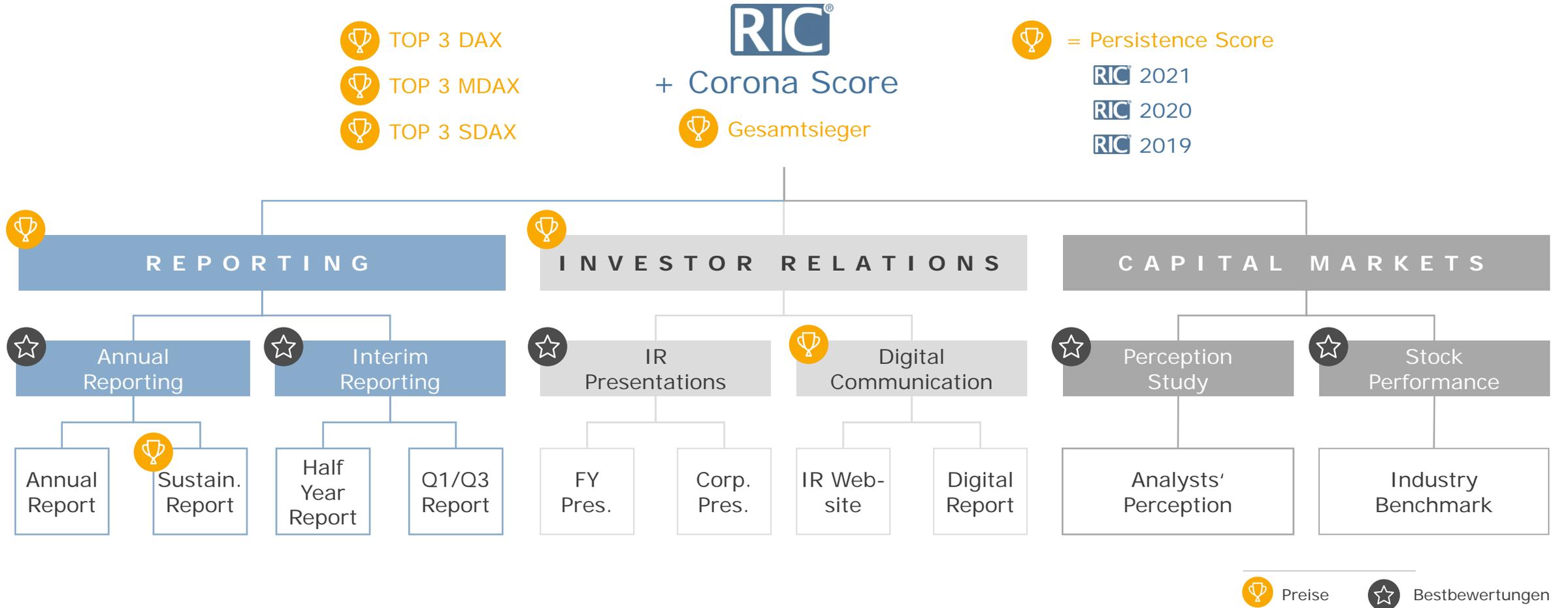
Qualitative Nachhaltigkeitsberichterstattung ist künftig das Must-have einer guten und überzeugenden **Kapitalmarkt-kommunikation!**

3

Der **digitale Geschäftsbericht** wird das neue **Aushängeschild der Berichterstattung**, gerade vor dem Hintergrund von KI!

Fazit und Ausblick

Überblick zu Preisen und Bestbewertungen



07

Kontakt



Kontakt

Projektleitung



PROFESSOR DR. HENNING ZÜLCH

Lehrstuhlinhaber | Chair of Accounting and Auditing

HHL Leipzig Graduate School of Management

Jahnallee 59 | D - 04109 Leipzig

Phone +49 (0) 341-9851 701

Fax +49 (0) 341-9851 702

henning.zuelch@hhl.de

www.hhl.de

Weiterführende Informationen zu Investors' Darling

www.kapitalmarkt-forschung.de

Kontakt

Workstream-Verantwortliche



Factbook

Maria Gebhardt
m.gebhardt@hhl.de



Strategy

Benedikt Kirsch
b.kirsch@hhl.de



Sustainability Reporting Corona-Score

Anne Schneider
a.schneider@hhl.de



Financial Reporting & IR Capital Markets Digital Communications

Toni Thun
t.thun@hhl.de

Kontakt

Angebote



RIC FACTS stellt das Basisprodukt für Unternehmen dar und gibt auf Basis des detaillierten Kriterienkatalogs die vom Unternehmen erzielten Punkte wieder. RIC FACTS eignet sich für Unternehmen, die einen Blick hinter die Kulissen des Wettbewerbs werfen und selbstständig Verbesserungspotenziale identifizieren möchten. Gerade in Zeiten der Pandemie ist es unerlässlich, an der Kapitalmarktkommunikation zu arbeiten und diese im Vergleich mit den Best Practices zu optimieren.



Das RIC FACTBOOK ist das Kompendium mit den Best-Practice-Lösungen. Es erklärt die für die Finanzkommunikation relevanten Dimensionen (Reporting, Investor Relations, Capital Markets) und legt die Gewichtung der Bewertungskategorien offen. Das RIC FACTBOOK gibt somit detaillierte, allgemeine Handlungsempfehlungen. Auch hinsichtlich des in 2020 eingeführten Corona-Scores umfasst das RIC FACTBOOK eine Beschreibung der Methodik sowie zahlreiche Best Practices zur effektiven Krisenkommunikation.

**Auch
Online!**



Der RIC WORKSHOP ist eine eintägige Schulungsveranstaltung und besteht aus standardisierten Schulungsmodulen und unternehmensindividuellen Inhalten. Professor Zülch und sein Team führen hierbei gemeinsam durch die Veranstaltung und stehen den Workshop-Teilnehmern Rede und Antwort.

Kontakt

Angebote

RIC BASIC

RIC PLUS



**Auch
Online!**



Preis*

2.900 €**

Auf Anfrage***

* Zzgl. Umsatzsteuer.

** Die Produkte RIC FACTS und RIC FACTBOOK werden in digitaler Form ausgereicht. Separate Ausreichung von Druckexemplaren auf Anfrage gegen einen unwesentlichen Aufpreis (FACTS & FACTBOOK als Druckexemplar = 89,00€ / Exemplar).

*** Der Preiskatalog richtet sich u.a. nach der Indexzugehörigkeit und der Unternehmenskommunikation.



WER KANN KRISE? Welche Unternehmen auch in Krisenzeiten am Kapitalmarkt überzeugen

Preisverleihung INVESTORS' DARLING | September 2021

manager magazin



HHL

LEIPZIG
GRADUATE SCHOOL
OF MANAGEMENT

CHAIR
OF ACCOUNTING
AND AUDITING