



FACTBOOK

2021



Ihr persönliches RIC-Factbook 2021

Leipzig, im September 2021

Sehr geehrte Damen und Herren,

im achten Jahr des Wettbewerbs Investors` Darling steht mit der **Deutschen Post AG** erneut ein Unternehmen aus dem DAX auf dem Siegerpodest. Der DAX ist damit weiterhin in das Maß aller Dinge in der deutschen Kapitalmarktkommunikation.

Die festgestellten Herausforderungen im letzten Jahr – Transparenz, Nachhaltigkeit und Digitalisierung – haben weiterhin ihre Gültigkeit, müssen aber weiter gedacht werden als bisher. Denn diese drei Kernelemente müssen stärker verknüpft werden, hin zu einer transparenten und digitalen finanziellen und nichtfinanziellen Berichterstattung.

Die Ergebnisse in den drei auf dem RIC-Modell basierenden Analysebereichen (**R**eporting, **I**nvestor Relations und **C**apital Markets) zeigten zudem Entwicklungstendenzen, die von kapitalmarktorientierten Unternehmen künftig besonders beachtet werden sollten. Folgende Feststellungen lassen sich aus den diesjährigen Erkenntnissen ableiten:

- Das zweite Jahr der *Corona-Pandemie* stellt auch neue Forderungen an Transparenz und Unternehmenskommunikation. Große Unsicherheiten in den Prognosen der Unternehmenszahlen müssen entsprechend kommunikativ begleitet werden. Daher wird auch dieses Jahr der "Corona-Score" erhoben und geht in die Gesamtbeurteilung von Investors` Darling ein.

- *Nachhaltigkeit! Sustainability! ESG!* Unabhängig welcher Begriff Anwendung findet, an dem Thema führt kein Weg mehr vorbei. Dies wird nicht nur durch die gesteigerte Nachfrage seitens der Investoren nach nachhaltigen Investments deutlich, sondern auch dadurch, dass der Gesetzgeber und die Regulierer den Druck zu mehr Nachhaltigkeits-Reporting erhöhen. Hier sei beispielhaft die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) genannt.
- Die Corona-Pandemie hat ebenso ihre Spuren in der Arbeitswelt hinterlassen, sei es durch mehr Remote-Working oder unzählige Online-Besprechungen. Hierdurch gab es einen erheblichen Schub in der *Digitalisierung*. Auch wenn niemandem die Ursache gefallen dürfte, so ist dieser Schub mehr als notwendig. Obwohl sich die Qualität der digitalen Kommunikation im letzten Jahr insgesamt verbessert hat, so nutzen noch viel zu wenig Unternehmen Social Media für ihre Finanzkommunikation. Der Online-Geschäftsbericht als neues Aushängeschild der Finanzkommunikation wird weiterhin stark vernachlässigt.

Um diesen Entwicklungen gerecht zu werden, haben wir unser Ranking an die veränderten Bedingungen angepasst. So wurde der Corona-Score inhaltlich modifiziert und ausgeweitet, um die geänderten Informationsbedürfnisse der Investoren widerzuspiegeln. Des Weiteren erfolgt die Befragung der Analysten nun auch zur ESG-Kommunikation als separate Fragenkategorie in der Perception Study, so dass somit der gestiegenen Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit nachgekommen wird. Überdies wurde der Sonderpreis "CSR-Reporting" umbenannt in "Sustainability Reporting". Alle Updates werden Ihnen in den Ausführungen in diesem RIC-Factbook erläutert.

Das hier vorliegende RIC-Factbook basiert auf den Erkenntnissen der Auswertungen der Wettbewerbsjahre 2014-2021. Da wir mit Investors` Darling einen ganzheitlichen Weg beschreiten, welcher auf das von uns entwickelte (und kontinuierlich weiterentwickelte) RIC-Modell zurückzuführen ist, gibt Ihnen das vorliegende Factbook einen detaillierten und beispielhaften Einblick in die verschiedenen Dimensionen dieses Modells.

Eine angenehme Lektüre wünscht Ihnen

Ihr

Prof. Dr. Henning Zülch

INVESTORS' DARLING

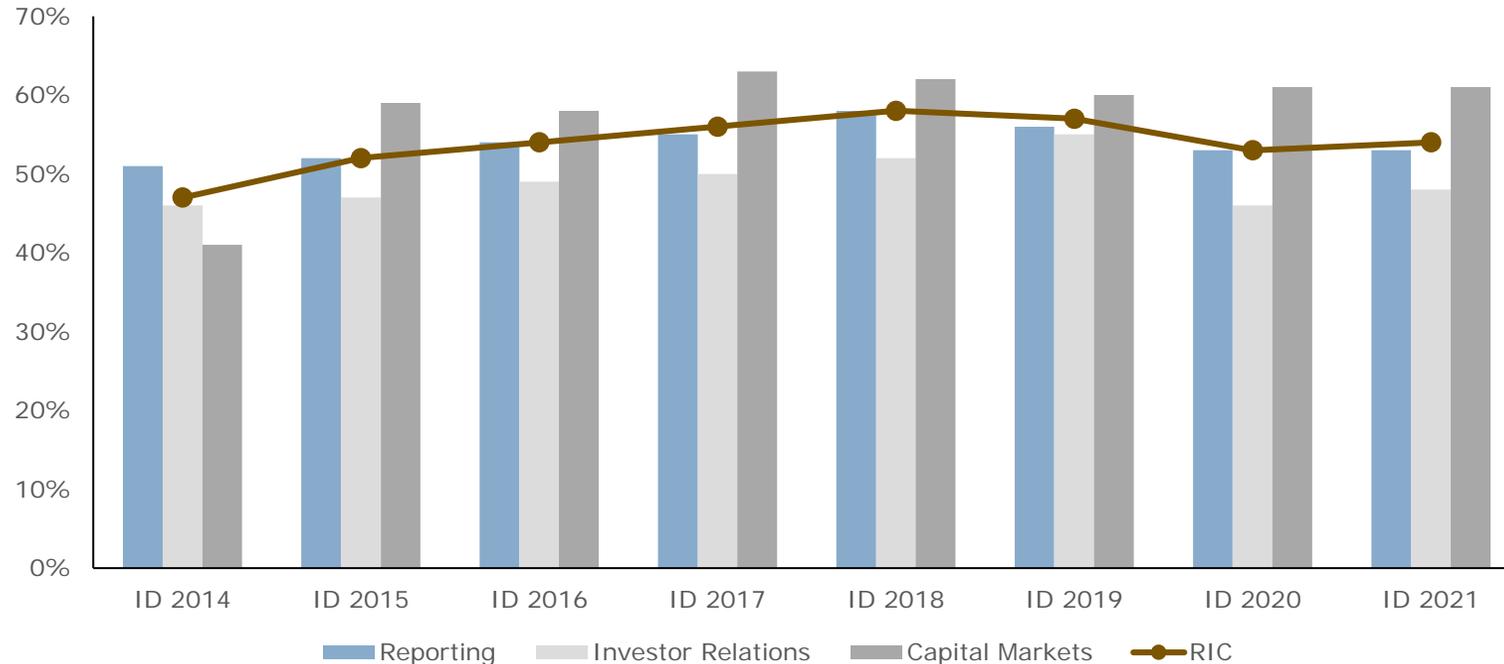
- A. Einführung
- B. RIC-Modell und Anpassungen
- C. Literatur- und Lesehinweise
- D. Kriterienkatalog
- E. Zusammenfassung und weiterführende Informationen

A.

Einführung

INVESTORS' DARLING | Einführung

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**

B.

RIC-Modell und Anpassungen

INVESTORS' DARLING | RIC-Modell und Anpassungen

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.

D.

Kriterienkatalog

INVESTORS' DARLING | Best Practice

Allgemeiner Lesehinweis

Kapitelabschnitt und dazugehöriges Unterkapitel

INVESTORS' DARLING | Best Practice | Geschäftsbericht
1.1.1.1 Geschäftsmodell

Kapitel des Kriterienkatalogs

Illustration eines Beispiels inklusive Akzentuierung spezifischer Analyse Kriterien über blaue Highlight-Boxen

Wettbewerbsumfeld (2/2)

Wettbewerbsposition	Relative Stärken
<p>Wettbewerber im Markt für CVD/MOCVD-Anlagen sind Veeco Instruments, Inc. (USA) („Veeco“), Taiyo Nippon Sanso (Japan) („TNS“), Tokyo Electron Ltd. (Japan) („TEL“), Advanced Micro-Fabrication Equipment Inc. (China) („AMEC“), Tang Optoelectronics Equipment Corporation Limited (China) („TOPEC“) sowie LPE (Italien) und Nuffare Technology Inc. (Japan) („Nuffare“). Auch andere Unternehmen versuchen weiterhin, eigene MOCVD-Anlagen bei ihren Kunden zu qualifizieren. So haben beispielsweise Technology Engine of Science Co. Ltd. (Südkorea) („TES“) und HERMES Epitex (Taiwan) („HERMES“) an der Entwicklung eigener MOCVD-Anlagenlösungen gearbeitet und versuchen, diese im Markt zu etablieren.</p> <p>Auf der Basis der veröffentlichten Geschäftszahlen der Wettbewerber sowie eigener Schätzungen sieht AIXTRON seine weltweite Marktführerschaft für MOCVD-Anlagen im Jahr 2019 bestätigt. AIXTRON belegt damit im vierten Jahr in Folge den Spitzenplatz: Der Marktanteil von AIXTRON betrug demnach 56%, gefolgt von AMEC (China) mit 25% und Veeco (USA) mit 14%. Gleichzeitig stagnierte der weltweite Markt für MOCVD-Anlagen 2019 im Vergleich zum Vorjahr bei insgesamt USD 524 Mio. (2018: USD 553 Mio.).</p> <p>Aufgrund des begrenzten Differenzierungspotenzials im Markt für blaue LEDs konzentriert sich AIXTRON verstärkt auf Märkte für hochqualitative Produkte, wie Laser für Sensoren oder die optische Datenkommunikation, Wide-Band-Gap-Leistungselektronik oder andere LED-Anwendungen (ROY-LEDs oder Micro LEDs).</p>	<ul style="list-style-type: none">• Eine Abgrenzung zu den eigenen Wettbewerbern dient als kurze Einordnung des Unternehmens.• Die Aixtron SE legt die wesentlichen Wettbewerber der CVD/MOCVD-Analgen offen und nennt daraus resultierende Marktanteile.• <i>Eine Verbesserung wäre durch die Offenlegung der wichtigsten finanziellen Größen der bedeutendsten Wettbewerber möglich.</i>

Quelle: Aixtron SE (Hrsg.), Geschäftsbericht 2020, S. 72f.

Investors Darling HHL LEIPZIG GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT CHAIR OF ACCOUNTING AND AUDITING manager magazin CapQ Analytics 59

Beschreibung des generellen Bewertungsansatzes und Erklärung der Analyse Kriterien anhand eines Beispiels

Verbesserungshinweise für das vorliegende Beispiel

Quellenangabe des gezeigten Ausschnittes

Unternehmerische Erfolgsfaktoren & Segmentstruktur

Geschäftsmodell

E.ON ist ein privates Energieunternehmen mit rund 78.000 Mitarbeitern, das von der Konzernleitung in Essen geführt wird. Der Konzern ist in zwei operative Geschäftsfelder – **Energienetze und Kundenlösungen** – gegliedert. Daneben werden die nicht strategischen Aktivitäten als Nicht-Kerngeschäft ausgewiesen. Im Vorjahr bestand zusätzlich noch das Geschäftsfeld Erneuerbare Energien (Erläuterungen siehe nachfolgend).

Energienetze

Im Geschäftsfeld Energienetze werden die Verteilnetze für Strom und Gas und die damit verbundenen Aktivitäten zusammengefasst. E.ON betreibt Energienetze in den regionalen Märkten Deutschland, Schweden und Zentraleuropa Ost/Türkei. Zentraleuropa Ost/Türkei umfasst die Geschäftstätigkeiten in Tschechien, Ungarn, Rumänien, Polen, Kroatien, der Slowakei und die at equity-Beteiligung Enerjisa Enerji in der Türkei. Zu den Hauptaufgaben in diesem Geschäftsfeld gehören der sichere Betrieb der Strom- und Gasnetze, die Durchführung aller erforderlichen Instandhaltungs- und Wartungsmaßnahmen sowie die Erweiterung der Strom- und Gasnetze, oft im Zusammenhang mit der Realisierung von Kundenanschlüssen und der Anbindung von Anlagen zur Erzeugung Erneuerbarer Energie.

Kundenlösungen

Das Geschäftsfeld Kundenlösungen bildet die Plattform zur aktiven Gestaltung der europäischen Energiewende gemeinsam mit E.ONs Kunden. Es umfasst die Versorgung der Kunden in Europa (ohne die Türkei) mit Strom, Gas und Wärme sowie ihre Versorgung mit Produkten und Dienstleistungen, unter anderem zur Steigerung der Energieeffizienz und Energieautarkie. E.ONs Aktivitäten sind auf die individuellen Bedürfnisse der Kunden in den Bereichen Privatkunden, kleine und mittelständische sowie große Geschäftskunden, Vertriebspartner und Kunden der öffentlichen Hand ausgerichtet. Dabei ist der E.ON-Konzern insbesondere in den Märkten Deutschland, Großbritannien, Niederlande, Belgien, Schweden, Italien, Tschechien, Ungarn, Rumänien und Polen vertreten. Ferner ist hier das Geschäft mit innovativen Lösungen (wie E.ON Business Solutions und Elektromobilität) zugeordnet.

Quelle: E.ON SE (Hrsg.), Geschäftsbericht 2020, S. 20.

Relative Stärken

- Die Offenlegung der **Segmentstruktur** erlaubt eine Einschätzung, in welchen Geschäftsfeldern das Unternehmen tätig ist.
- Die E.ON SE beschreibt die Segmentstruktur des Unternehmens und gibt einen Überblick der jeweiligen Kerngeschäfte der einzelnen Segmente.

Versicherungsbranche

...

Der Bereich **Schaden- und Unfallversicherung** erwies sich 2020 als bemerkenswert widerstandsfähig. Konkret trugen steigende Preise dazu bei, die Prämieinnahmen im Firmenkundengeschäft zu stabilisieren. Das Neugeschäft mit Privatkunden wurde durch die Mobilitätsbeschränkungen beeinträchtigt, dies konnte aber durch die intensive Nutzung digitaler Kanäle abgefedert werden. Die Rentabilität der Branche litt unter kontinuierlich sinkenden Anlageerträgen. Die Auswirkungen auf die Profitabilität des Versicherungsgeschäfts sind jedoch gemischt: Während einige Sparten unter COVID-19-bedingten Verlusten und Schäden aus Naturkatastrophen litten, profitierten andere Sparten, insbesondere die Kraftfahrzeugversicherung, von der geringeren Schadenhäufigkeit während der Lockdowns.

Im Bereich **Leben** dürften die Prämieinnahmen 2020 gesunken sein. Zum einen sind die Produkte in der Regel weniger standardisiert und für digitale Kanäle daher weniger gut geeignet. Zum anderen dämpften die hohe Unsicherheit und die extrem niedrigen Zinsen die Nachfrage nach Sparprodukten. Dieser Trend konnte durch die steigende Nachfrage nach Risikoprodukten nur teilweise aufgefangen werden. Wie stark sich die COVID-19-Pandemie auf die Rentabilität der Branche insgesamt auswirkt, ist unklar, da die einzelnen Sparten im Lebensgeschäft unterschiedlich betroffen sind. Insgesamt blieb aber die Profitabilität unter Druck, denn sinkende Zinsen und abnehmende Renditen schmälerten die Anlageerträge.

Quelle: Allianz SE (Hrsg.), Geschäftsbericht 2020, S. 65.

Relative Stärken

- Die Darstellung der **segmentspezifischen Rahmenbedingungen** erleichtert die Einordnung der Unternehmenssegmente in das Marktumfeld und dient der Strategieevaluation.
- Die Allianz SE beschreibt die allgemeinen Rahmenbedingungen, wirtschaftlichen Entwicklungen und das Marktumfeld der Segmente.

Allianz 

Wettbewerbsposition

Wettbewerber im Markt für CVD/MOCVD-Anlagen sind Veeco Instruments, Inc. (USA) („Veeco“), Taiyo Nippon Sanso (Japan) („TNS“), Tokyo Electron Ltd. (Japan) („TEL“), Advanced Micro-Fabrication Equipment Inc. (China) („AMEC“), Tang Optoelectronics Equipment Corporation Limited (China) („TOPEC“) sowie LPE (Italien) und Nuflare Technology Inc. (Japan) („Nuflare“). Auch andere Unternehmen versuchen weiterhin, eigene MOCVD-Anlagen bei ihren Kunden zu qualifizieren. So haben beispielsweise Technology Engine of Science Co. Ltd. (Südkorea) („TES“) und HERMES Epitek (Taiwan) („HERMES“) an der Entwicklung eigener MOCVD-Anlagenlösungen gearbeitet und versuchen, diese im Markt zu etablieren.

Auf der Basis der veröffentlichten Geschäftszahlen der Wettbewerber sowie eigener Schätzungen sieht AIXTRON seine weltweite Marktführerschaft für MOCVD-Anlagen im Jahr 2019 bestätigt.

AIXTRON belegt damit im vierten Jahr in Folge den Spitzenplatz: Der Marktanteil von AIXTRON betrug demnach 56%, gefolgt von AMEC (China) mit 25% und Veeco (USA) mit 14%. Gleichzeitig stagnierte der weltweite Markt für MOCVD-Anlagen 2019 im Vergleich zum Vorjahr bei insgesamt USD 524 Mio. (2018: USD 553 Mio.).

Aufgrund des begrenzten Differenzierungspotenzials im Markt für blaue LEDs konzentriert sich AIXTRON verstärkt auf Märkte für hochqualitative Produkte, wie Laser für Sensoren oder die optische Datenkommunikation, Wide-Band-Gap-Leistungselektronik oder andere LED-Anwendungen (ROY-LEDs oder Micro LEDs).

Quelle: Aixtron SE (Hrsg.), Geschäftsbericht 2020, S. 72f.

Relative Stärken

- Eine Abgrenzung zu den eigenen **Wettbewerbern** dient als kurze Einordnung des Unternehmens.
- Die Aixtron SE legt die wesentlichen Wettbewerber der CVD/MOCVD-Analgen offen und nennt daraus resultierende Marktanteile.
- *Eine Verbesserung wäre durch die Offenlegung der wichtigsten finanziellen Größen der bedeutendsten Wettbewerber möglich.*

Konzernsteuerungskennzahlen (2/3)

Langfristige Entwicklung (I): Konzern

(Mio. €)	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21e*
Umsatz	6.161	6.992	7.879	7.533	6.778	6.387	6.476	6.983	6.754	6.671	6,9-7,2 Mrd.
EBITDA	775	1.015	1.246	889	453	518	709	758	353	478	660-760
EBITDA-Marge	12,6%	14,5%	15,8%	11,8%	6,7%	8,1%	10,9%	10,8%	5,2%	7,2%	
Operatives Ergebnis	521	751	972	622	181	241	426	445	27	116	300-400
Operative Marge	8,5%	10,7%	12,3%	8,3%	2,7%	3,8%	6,6%	6,4%	0,4%	1,7%	
Ergebnis der Betriebstätigkeit (EBIT)	513	759	955	554	159	277	441	467	-761	48	
...											
RoCE	9,8%	13,2%	16,3%	10,6%	3,1%	4,2%	7,1%	6,7%	0,4%	1,8%	???

(Mio. €)	2019/20	2018/19	Δ		
Konzern	Umsatzerlöse	6.671	6.754	-83	-1 %
	EBITDA	478	353	125	35 %
	Operatives Ergebnis	116	27	89	> 100
Zucker	Umsatzerlöse	2.258	2.588	-330	-13 %
	EBITDA	-75	-102	27	-26 %
	Operatives Ergebnis	-236	-239	3	-1 %
Nicht-Zucker	Umsatzerlöse	4.413	4.166	247	6 %
	EBITDA	553	455	98	22 %
	Operatives Ergebnis	352	266	86	32 %

(Mio. €)	2019/20	2018/19	Δ		
Spezialitäten	Umsatzerlöse	2.409	2.294	115	5 %
	EBITDA	306	268	38	14 %
	Operatives Ergebnis	190	156	34	22 %
Crop-Energies	Umsatzerlöse	819	693	126	18 %
	EBITDA	146	72	74	> 100
	Operatives Ergebnis	104	33	71	> 100
Frucht	Umsatzerlöse	1.185	1.179	6	1 %
	EBITDA	101	115	-14	-12 %
	Operatives Ergebnis	58	77	-19	-25 %

Quelle: Südzucker AG (Hrsg.), IR-Präsentation (Analyst Conference Call), 14.05.2020, F. 25, 65.

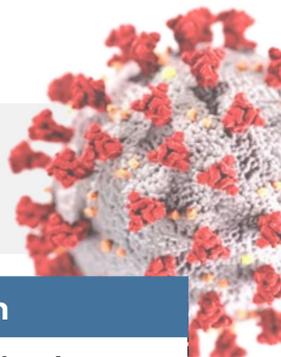
Relative Stärken

- Für eine aussagekräftige Diskussion der Steuerungskennzahlen ist eine **Trendanalyse** hilfreich.
- Die Südzucker AG zeigt den Verlauf der Steuerungskennzahlen operatives Ergebnis und ROCE in den vergangenen Jahren und nennt das angestrebte Ziel für das kommende Geschäftsjahr.



4.1.4.2 Chancen- und Risikobericht

Offenlegung der Pandemie als Chance



ERLÄUTERUNG DER CHANCEN

Übersicht Unternehmenschancen

Chancenkategorien 2020	Mögliche Auswirkung	Veränderung (Einschätzung 2019)	Eintrittswahrscheinlichkeit	Veränderung (Einschätzung 2019)
Chancen in Bezug auf Konsumentennachfrage und Produktangebot ¹	Signifikant	↑ (Hoch)	30 % - 50 %	
Chancen in Bezug auf die Vertriebsstrategie	Signifikant	↑ (Mittel)	30 % - 50 %	
Chancen in Verbindung mit Datenanalyse	Signifikant	↑ (Niedrig)	30 % - 50 %	↓ (50 % - 85 %)
Chancen im Zusammenhang mit einer schneller als erwarteten Erholung von der Coronavirus-Pandemie	Signifikant		15 % - 30 %	

Chancen im Zusammenhang mit einer schneller als erwarteten Erholung von der Coronavirus-Pandemie

Effektive Maßnahmen gegen die Coronavirus-Pandemie (z. B. verbesserte Behandlungsmöglichkeiten und Impfprogramme) könnten zu einer schneller als erwartenden Erholung der Wirtschaft und der Sportartikelbranche führen und so wiederum ein schneller als erwartetes Wachstum des Umsatzes und Gewinns von adidas zur Folge haben. Außerdem könnte die Sportartikelbranche von langfristigen Trends profitieren, wie zum Beispiel der zunehmenden Verbreitung von Sportbekleidung im Alltag („Athleisure“) oder dem steigenden Bewusstsein für Gesundheit und Wellness, das durch die Coronavirus-Pandemie noch verstärkt wurde. Diese Trends könnten sich positiv auf das Umsatzwachstum von adidas im Jahr 2021 auswirken, aber auch darüber hinaus.

Quelle: adidas AG (Hrsg.), Geschäftsbericht 2020, S. 197f.

Relative Stärken

- Die **Einstufung der Pandemie als Chance** ist eine neue Entwicklung und sollte daher ausführlich behandelt werden, um eine Einschätzung der positiven Einflüsse auf die VFE-Lage zu ermöglichen.
- Die adidas AG beschreibt, dass sich durch die Corona-Pandemie auch Chancen für das Unternehmen ergeben.
- Eine Verbesserung wäre eine Quantifizierung der Chancen, die durch die Corona-Pandemie entstehen.*