

RIC[®]

FACTBOOK 2023



Ihr persönliches RIC-Factbook 2023

Leipzig, im September 2023

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Jahr 2023 feiert der Kapitalmarkt Wettbewerb Investors` Darling sein 10-jähriges Jubiläum. Seither untersuchen wir die DAX160-Unternehmen auf die Qualität ihrer Kapitalmarktkommunikation. Die letzten Jahre waren geprägt von diversen Trends, wie Strategieberichterstattung, Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Krise. Wir stellen fest: Der Geschäftsbericht bleibt das Reference Book für eine qualitativ gute Finanzkommunikation. Nun ist es Zeit Bilanz zu ziehen und die Best Practices aus diesem Jubiläumsjahr zu präsentieren.

Die einst als „New Normal“ betitelte **Krisenkommunikation** entwickelt sich zu einem normalen Berichtsteil in der Geschäftsberichterstattung. In die Krisenberichterstattung mündet vor allem die Strategieberichterstattung. Dagegen erfahren die Themen **Nachhaltigkeit und Digitalisierung eine mitunter symbiotische Dynamik**. Die Regulatorik hat im Bereich Nachhaltigkeit im Jahr 2023 neue und insbesondere finale Entwicklungen erfahren, welche nun bald die Berichterstattung der Unternehmen verändern wird. An der fortschreitenden Digitalisierung kommen Unternehmen im Jahr 2023 für ihre Kapitalmarktkommunikation nicht vorbei.

Der Wettbewerb Investors` Darling betrachtet und beurteilt ganzheitlich die Kapitalmarktkommunikation der 160 größten deutschen Unternehmen aus DAX, MDAX und SDAX anhand der Dimensionen **Reporting, Investors Relations** sowie **Capital Markets**. Durch die ganzheitliche Betrachtung ist er der härteste Kapitalmarkt Wettbewerb in Deutschland. Gewonnen hat diesen im Jubiläumswettbewerbjahr erneut die **Deutsche Telekom AG**, die darüber hinaus auch Sieger im DAX, im Bereich Reporting, sowie im Langfrist-Ranking über die vergangenen zehn Jahre war.

Nachhaltigkeit ist weiterhin ein wesentlicher Treiber in der Unternehmensberichterstattung. Ausdruck sind hierfür insbesondere die im Januar 2023 verabschiedete Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) sowie die im Juli 2023 verabschiedeten Nachhaltigkeitsberichtstandards (sog. ESRS). Damit beginnt eine neue „Ära“ der Finanzberichterstattung. Nachhaltigkeit wird elementarer Teil im Lagebericht der Unternehmen ab dem Geschäftsjahr 2024. Entsprechend bietet die Lektüre eine Indikation dafür, welche Anforderungen auf die Unternehmen zukommen und welche Unternehmen hier schon als Best Practice dienen.

Digital Reporting / Communicative Reporting ist überdies die Zukunft der erfolgreichen Finanzkommunikation. Die steigende Nachfrage an digitalen Medien zur schnellen Informationsgewinnung lässt den Geschäftsbericht zunehmend zu einem für alle Endgeräte angepassten digitalen Geschäftsbericht werden. Dieser sollte zudem in ein ganzheitliches Konzept, dem Communicative Reporting, eingebettet sein. Seit diesem Jahr spielen vermehrt die Social Media Kommunikation sowie damit verbundene Finfluencer-Relations eine zunehmend wichtige Rolle in der Finanzkommunikation. Unternehmen müssen ihren Fokus künftig auch auf diese Medien richten, um ihrer Informationshoheit auch im digitalen Zeitalter gegenüber sämtlichen Stakeholdern gerecht zu werden.

Neben diese aktuellen Trends, sind auch die Erkenntnisse der Auswertungen der Wettbewerbsjahre 2014-2023 in das vorliegende RIC-Factbook eingeflossen. Unser Ansatz legt hierbei größten Wert auf eine ganzheitliche Betrachtung, welche auf dem von uns entwickelten und einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess unterliegendem RIC-Modell basiert. Das Factbook 2023 gibt Ihnen einen detaillierten und beispielhaften Einblick in die verschiedenen Dimensionen dieses Modells zur Optimierung der eigenen Finanzkommunikation am Kapitalmarkt.

Eine angenehme Lektüre wünscht Ihnen

Ihr

Prof. Dr. Henning Zülch

INVESTORS' DARLING

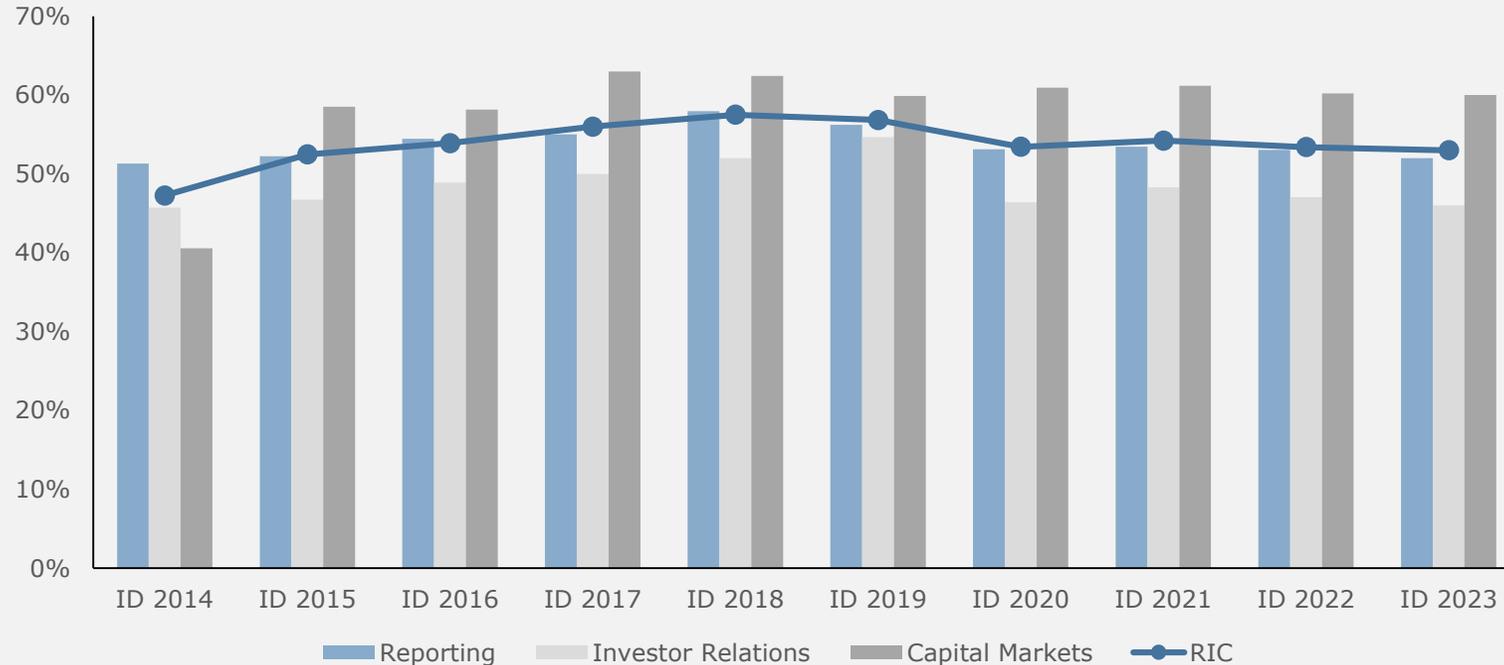
- A. Einführung
- B. Trends und Best Practices
- C. RIC-Modell
- D. Literatur- und Lesehinweise
- E. Kriterienkatalog
- F. Zusammenfassung und weiterführende Informationen

A.

Einführung und Ergebnisse Investors' Darling 2023

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	ID 2022	ID 2023
Reporting	51%	52%	54%	55%	58%	56%	53%	53%	53%	52%
Investor Relations	46%	47%	49%	50%	52%	55%	46%	48%	47%	46%
Capital Markets	41%	59%	58%	63%	62%	60%	61%	61%	60%	60%
RIC	47%	52%	54%	56%	58%	57%	53%	54%	53%	53%

Erkenntnisse

- Trotz kontinuierlicher Anpassungen ist das Niveau des **RIC-Scores** nahezu gleichgeblieben
- Durch **weitere Spezifizierungen** bei den Fragen ist ein **leichter Rückgang** der Bewertungen in den beiden Dimensionen **Reporting** und **Investor Relations** festzustellen, welcher aber marginal ist
- Die befragten **Fondsmanager und Analysten sprechen** weiterhin den Unternehmen ihr **Vertrauen** aus

B.

Trends und Best Practice

INVESTORS' DARLING | Aktuelle Herausforderungen in der Finanzkommunikation

Digitaler Geschäftsbericht bleibt das Must Have der Finanzberichterstattung

Reporting vs. Digital Communication

Der Wettbewerb Investors' Darling zeigt für 2020 und 2021 folgende Erkenntnisse:

- DAX160-Unternehmen ohne digitalen Geschäftsbericht schneiden durchschnittlich deutlich schlechter in der Dimension *Reporting* ab als Unternehmen **mit digitalem Geschäftsbericht**
- Die gesamte Berichtsqualität von Unternehmen mit Digitalem Geschäftsbericht ist im Wettbewerb höher

Das heißt:

In einen Digitalen Geschäftsbericht zu investieren lohnt sich!

Rechnungslegung & Investor Relations www.kor-frs.de

Investor Relations #KOR1407425

Prof. Dr. Henning Zülch / Toni W. Thun, M.Sc., beide Leipzig

Die Zukunft des Geschäftsberichts als Reference Book

– Der digitale Geschäftsbericht als Qualitäts- und Alleinstellungsmerkmal –

Prof. Dr. Henning Zülch und Toni W. Thun, M.Sc., 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

Der Geschäftsbericht als Reference Book der Unternehmensberichterstattung und insb. der Finanzkommunikation nimmt nicht nur wegen seiner finanziellen Inhalte einen besonderen Stellenwert bei Investoren und Analysten ein. Denn Zahlen allein erzählen keine Geschichte. Indes lässt sich an den grds. genutzten Formaten in den letzten 20 Jahren kaum eine Entwicklung bezogen auf Art und Weise der Berichterstattung feststellen. Der Schwerpunkt lag auf den gedruckten Exemplaren und den entsprechenden PDF-Versionen des Geschäftsberichts. Erst in den letzten Jahren lässt sich durch die Digitalisierung eine Entwicklung der genutzten Formate hin zu einem digitalen Geschäftsbericht beobachten. Das Medium Geschäftsbericht erfährt hierdurch eine Weiterentwicklung. Unternehmen können sich somit ein Alleinstellungsmerkmal verschaffen.

I. Motivation und Hintergrund

Das Anhängenschild einer jeden Finanzberichterstattung ist der Geschäftsbericht. Er ist ein wesentliches Medium der Unternehmen. Informationen an die breite Öffentlichkeit zu kommunizieren und sich als Unternehmen ganzheitlich und finanziell zu positionieren. Dadurch erhält der Geschäftsbericht nicht nur wegen seiner finanziellen Inhalte eine besondere Aufmerksamkeit durch Investoren und Analysten. Verwunderlich ist daher nicht, dass Unternehmen erheblichen Aufwand in die Erstellung und die Aufbereitung eines Geschäftsberichts investieren. Dennoch liegt der Schwerpunkt einer Veröffentlichung auf den gedruckten Fassungen und den zugehörigen PDF-Versionen des Geschäftsberichts. Erst in den letzten Jahren ist eine Weiterentwicklung der Formate hin zu digitalen Geschäftsberichten zu beobachten, welche vollständig als HTML-Microwebsites angeboten werden. Digitale Geschäftsberichte bieten dabei den Unternehmen verschiedene Möglichkeiten, ihre finanzielle und nichtfinanzielle Berichterstattung gestalterisch und teilweise auch inhaltlich auf ein neues Niveau zu heben. Als mögliche Instrumente dafür seien an dieser Stelle beispielhaft die inhaltliche Vernetzung von Informationen über verschiedene Kanäle (z.B. Soziale Medien oder den Geschäftsbericht des vorherigen Jahres) oder auch interaktive Tools und Grafiken genannt (Barrantes/Zülch, KoR 2019 S. 156). Diese Instrumente ermöglichen eine bessere Aufbereitung von Informationen und damit, Inhalte für die Leser verständlicher darzustellen. Die Digitalisierung der Finanzberichterstattung kann folglich einer besseren Kommunikation dienen und so Stakeholder des Unternehmens detaillierter und nachvollziehbarer informieren. In diesem Kontext darf nicht vergessen werden, dass Erstellung und Aufbereitung eines digitalen Geschäftsberichts und die weitere Digitalisierung der Finanzkommunikation durchaus höhere Kosten mit sich bringen können. Infolgedessen besteht die Gefahr,

das weniger Fokus auf die Inhalte des Geschäftsberichts gelegt wird und daher die Relevanz der Inhalte sowie die Qualität der Berichterstattung sinken. Der Leser eines digitalen Geschäftsberichts stellt sich in diesem Zusammenhang die Frage, ob mit der Digitalisierung eine gute oder schlechte Berichterstattung einhergeht. Der Beitrag versucht fälglich, die Frage zu beantworten, ob Unternehmen mit einer guten digitalen Kommunikation und einem digitalen Geschäftsbericht auch eine gute allgemeine Berichterstattungsqualität aufweisen oder ob Unternehmen mit einem digitalen Geschäftsbericht nur von Schwächen in ihrer Berichterstattung ablenken wollen.

II. Analyse und Ergebnisse

Für die Analyse werden die Ergebnisse von Investors' Darling 2020 und 2021 genutzt. Investors' Darling (ID) ist ein jährlich durchgeführter Wettbewerb, in dem die Kapitalmarkt-Kommunikation der Unternehmen im DAX, MDAX und SDAX bewertet wird. Basis für die Beurteilung ist das RIC-Modell (Zülch et al., DB 2015 S. 26-49), welches eine ganzheitliche Betrachtung der Kapitalmarkt-Kommunikation ermöglicht. Um den Zusammenhang zwischen der Berichterstattungsqualität und der digitalen Kommunikation zu untersuchen, wird auf die Ergebnisse aus den Dimensionen *Reporting* und *Investor Relations* zurückgegriffen. In der Dimension *Reporting* werden die Geschäftsberichte, die Halbjahresberichte und die Quartalsberichterstattung beurteilt. Für die Beurteilung in der Dimension *Investor Relations* werden die Investor-Relations- (IR)-Präsentationen und die digitale Kommunikation (IR-Website und digitaler Geschäftsbericht) bewertet. Abb. 1 und Abb. 2 zeigen die Zusammenhänge zwischen den Bewertungen der Dimension *Reporting* und der Kategorie *Digital Communication* für ID 2020 und 2021. Es ist ersichtlich, dass ein positiver Zusammenhang zwischen der digitalen Kommunikation und der Berichterstattungsqualität besteht. Das bedeutet, ein Unternehmen mit einer guten Berichterstattungsqualität weist tendenziell auch eine gute digitale Kommunikation auf und umgekehrt. Diese Ergebnisse lassen sich ebenso für die Bewertung des Geschäftsberichts (Annual Report) und der digitalen Kommunikation beobachten. Um die Ergebnisse weiter zu verifizieren, wurden T-Tests auf Mittelwertunterschiede für die Bewertung in der Dimension *Reporting* für Unternehmen ohne und mit digitalem Geschäftsbericht durchgeführt. Die Ergebnisse sind in Tab. 1 dargestellt. Während Unternehmen ohne digitalen Geschäftsbericht durchschnittlich eine Punktzahl von 51,80 (ID 2020) und 52,14 (ID 2021) in der Dimension *Reporting* aufweisen, erreichen Unternehmen mit einem digitalen Geschäftsbericht durchschnittlich eine Punktzahl von 59,43 (ID 2020) bzw. 58,01 (ID 2021). Der Rückgang in der durchschnittlichen Bewertung in der Dimension *Reporting* für Unternehmen mit digitalem Geschäftsbericht von ID 2020 auf ID 2021 lässt sich durch die Unternehmen erklären, welche in ID 2021 erstmals einen digitalen Geschäftsbericht veröffentlicht haben. Die Unterschiede im Mittelwert sind signifikant auf dem 1%-Niveau. Damit weisen

280 KoR Nr. 06 03.06.2022

Abb. 1: Streudiagramm Investors' Darling 2020

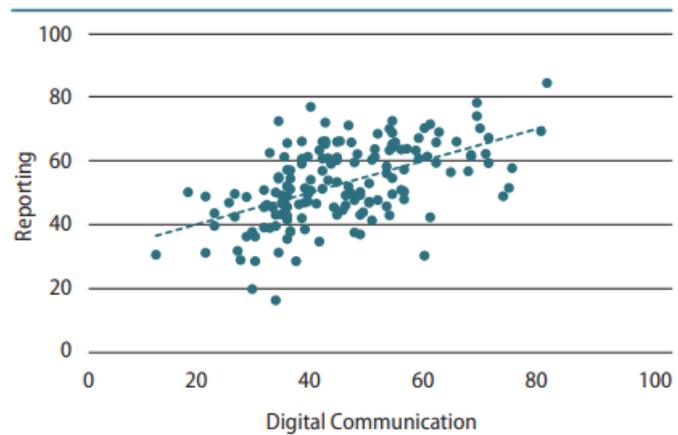
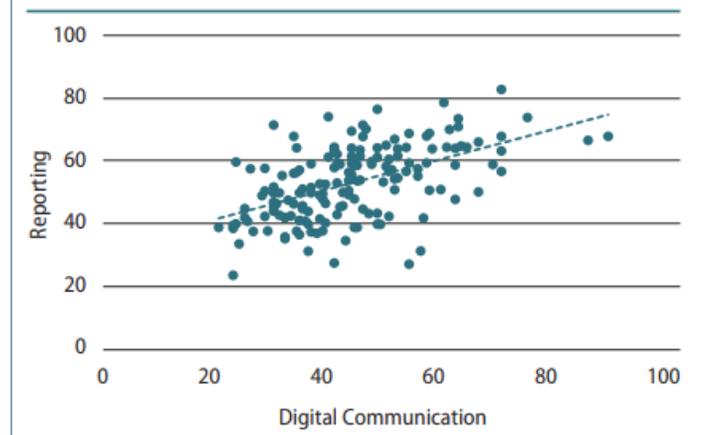


Abb. 2: Streudiagramm Investors' Darling 2021



Quelle: ZÜLCH/THUN (2022) KoR 6/2022.

INVESTORS' DARLING | Best Practice Digital Communication

BASF versteht Digitalisierung in der Finanzberichterstattung

	2022	2021
Umsatzerlöse	87.327	78.598
Herstellungskosten der zur Erzielung der Umsatzerlöse erbrachten Leistungen	-66.260	-58.801
Bruttoergebnis vom Umsatz	21.067	19.797
Vertriebskosten	-8.613	-8.414
Allgemeine Verwaltungskosten	-1.520	-1.408
Forschungs- und Entwicklungskosten	-2.236	-2.210

Das Angebot, Daten aus dem Geschäftsbericht (**Bilanz, GuV, Kapitalflussrechnung**) im **Excel-Format** herunterzuladen, erleichtert es, die Angaben aus dem Reporting für weitere Analysen zu verwenden.

BASF-Bericht 2022

BASF-Bericht 2022 (PDF)
1 Jahr bis zum gültigen IFRS-Bericht 2022 als PDF Datei herunter.
Download PDF (21,8 MB)

Excel-Tabellen (XLS)
1 Jahr bis zum gültigen IFRS-Bericht 2022 als Excel Datei herunter.
Download XLS (506 kB)

PDF Kapitel Downloads | **XLS Kapitel Downloads**

- Wie wir Wert schaffen (2 Seiten) - Download PDF (350 kB)
- Über diesen Bericht (2 Seiten) - Download PDF (131 kB)
- An unsere Aktionäre (9 Seiten) - Download PDF (3,1 MB)
- Konzernlagebericht (152 Seiten) - Download PDF (24,0 MB)
- Die BASF-Gruppe (4 Seiten) - Download PDF (1,5 MB)

Verlinkungen zu **Berichtsangaben aus dem Vorjahr** ermöglichen es, die Offenlegung des Unternehmens über mehrere Jahre unmittelbar zurückzuverfolgen.



Eine vollständige Umsetzung aller **wesentlichen Berichtsbestandteile** in **HTML** ermöglicht ein einfaches Navigieren durch alle Berichtsteile und minimiert die Suchkosten. Im digitalen Bericht sind alle Berichtskapitel und Berichtsabschnitte unmittelbar via Drop-Down Menü erreichbar.

BASF beherrscht vor allem **Nachhaltigkeitspräsenz auf der Investor Relations Website & sowie auf anderen digitalen Plattformen** (z.B. LinkedIn). Somit sind sie Vorreiter im **Communicative Reporting**.



Quelle: BASF (2023)

C.

RIC-Modell

INVESTORS' DARLING | 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.

E.

Kriterienkatalog

INVESTORS' DARLING | Best Practice

Allgemeiner Lesehinweis

Kapitel des Kriterienkatalogs

Kapitelabschnitt und dazugehöriges Unterkapitel

INVESTORS' DARLING | Best Practice | Geschäftsbericht

1.1.1.1 Geschäftsmodell



Navigationshilfen

Wettbewerbsumfeld (2/2)

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“), Zhejiang Jingsheng Mechanical (China) („JSG“) und HERMES Epitex (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 2020 bestätigt.

AIXTRON belegt damit im fünften Jahr in Folge den Spitzenplatz: Der Marktanteil von AIXTRON betrug demnach 58%, gefolgt von Veeco (USA) mit 26% und AMEC (China) mit 16%. Gleichzeitig ging der weltweite Markt für MOCVD-Anlagen 2020 im Vergleich zum Vorjahr bei insgesamt USD 438 Mio leicht zurück (2019: USD 488 Mio.)

Quelle: Aixtron SE (Hrsg.), Geschäftsbericht 2021, S. 79f.

Relative Stärken

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

AIXTRON

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

Verbesserungshinweise für das vorliegende Beispiel

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

Quellenangabe des gezeigten Ausschnittes

1.1.1.1 Geschäftsmodell

Unternehmerische Erfolgsfaktoren & Segmentstruktur

Geschäftsmodell

E.ON ist ein privates Energieunternehmen mit rund 71.600 Mitarbeitern, das von der Konzernleitung in Essen geführt wird. Das Kerngeschäft des Konzerns ist in die zwei Geschäftsbereiche **Energienetze und Kundenlösungen** gegliedert. Daneben werden die Konzernleitung und die direkt bei der E.ON SE geführten Beteiligungen als Konzernleitung/Sonstiges ausgewiesen. Die nicht strategischen Aktivitäten werden bis Ende 2022 als Nicht-Kerngeschäft ausgewiesen und ab dem Jahr 2023 im Bereich Konzernleitung/Sonstiges.

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 (konventionell und grün) und Wärme sowie deren Versorgung mit nachhaltigen Lösungen zur Steigerung der Energieeffizienz, Energieautarkie und Elektromobilität. 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, Nordics (zum Beispiel Schweden, Dänemark und Norwegen), Italien, Tschechien, Ungarn, Kroatien, Rumänien, Polen und der Slowakei vertreten. Darüber hinaus umfasst das „Energy Infrastructure Solutions“-Geschäft die Aktivitäten zur Dekarbonisierung von Geschäftskunden, Städten und Gemeinden, wie zum Beispiel Projekte für Quartierslösungen und Fernwärme.

Quelle: E.ON SE (Hrsg.), Geschäftsbericht 2022, S. 31.

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.

1.1.1.1 Geschäftsmodell

Nachhaltigkeit als Bestandteil des Geschäftsmodells

NACHHALTIGKEIT

NACHHALTIGKEIT ALS AUSDRUCK UNSERES UNTERNEHMENSZWECKS

■ Nachhaltigkeit ist bereits seit über zwei Jahrzehnten ein Bestandteil unseres Geschäftsmodells. Sie ist ein direkter Ausdruck unseres Unternehmenszwecks 'Durch Sport können wir Leben verändern'. Im Jahr 2021 haben wir unser Engagement für Nachhaltigkeit deutlich verstärkt und eine Roadmap bis zum Jahr 2025 und darüber hinaus definiert, die es uns ermöglicht, positiven Einfluss in relevanten Bereichen auszuüben und uns dabei stets auf die – für uns und unsere Stakeholder – wichtigsten Themen zu konzentrieren. Wir werden weiterhin zu einem skalierbaren, umfassenden, kundenorientierten und nachhaltigen Artikelangebot übergehen, unsere kreislaufwirtschaftlichen Dienstleistungen ausbauen und auf die Erreichung von Klimaneutralität (CO₂e) entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette hinarbeiten. Unsere Beschäftigten werden wir weiterhin dazu befähigen, Botschafter*innen für Nachhaltigkeit zu werden, und Konsument*innen rund um den Globus laden wir dazu ein, sich mit uns zum Thema Nachhaltigkeit zusammenzuschließen und zu vernetzen. Außerdem haben wir uns zum Ziel gesetzt, innerhalb unserer Beschaffungskette die höchsten sozialen Standards aufrechtzuerhalten.

Wir sind davon überzeugt, dass unser Weg hin zur Erreichung der für 2025 gesteckten Ziele die Grundlage künftiger Erfolge sein wird. Dabei ist uns bewusst, dass wir diese Ziele nicht alleine erreichen können. Deshalb werden wir unsere langjährigen Beziehungen zu unseren Zulieferern dazu nutzen, sicherzustellen, dass diese in Übereinstimmung mit unseren Dekarbonisierungsanstrengungen weiterhin mit uns Schritt halten können. Zudem arbeiten wir eng mit Partnern zusammen, um innovative Materialien und Recyclingtechnologien auszubauen. ➔ [ADIDAS-GROUP.COM/NACHHALTIGKEIT](https://www.adidas-group.com/nachhaltigkeit)

Quelle: adidas AG (Hrsg.), Geschäftsbericht 2022, 79ff.

Relative Stärken

- Nachhaltigkeit sollte einen integrierten **Bestandteil des eigenen Geschäftsmodells** darstellen.
- Die adidas AG integriert Nachhaltigkeit seit einigen Jahren in ihr Geschäftsmodell, richtet seine Unternehmensaktivitäten sowie strategischen Handlungsfelder danach aus und nennt konkrete, qualitative Ziele in Bezug auf diese.
- *Ausblick: Mit Umsetzung der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) sollte die Einbindung von Nachhaltigkeit in das Geschäftsmodell sowie dessen Resilienz gegenüber Nachhaltigkeitsrisiken offengelegt werden.*

1.1.1.1 Geschäftsmodell

Wettbewerbsumfeld (1/2)

Geschäftsumfeld 2022 für die Versicherungsbranche

...

Im Bereich **Schaden- und Unfallversicherung** beobachteten wir im Berichtsjahr ein anhaltendes Prämienwachstum, das allerdings in erster Linie auf steigende Preise zurückzuführen war: In nahezu allen Segmenten wurde mit Prämien erhöhungen auf die Schadeninflation reagiert. Die Versicherungsschäden nach Naturkatastrophen, die erneut überdurchschnittlich hoch ausfielen, taten ein Übriges. Insbesondere der verheerende Hurrikan Ian in Florida – das zweitgrößte Schadenergebnis überhaupt – führte zu weiteren Preissteigerungen am Markt.

Im Bereich **Leben** verharrten die Prämieeinnahmen im Berichtsjahr auf Vorjahresniveau. Einer weiterhin starken Nachfrage nach Risikoprodukten steht ein nachlassendes Interesse an Sparprodukten gegenüber: Angesichts explodierender Lebenshaltungskosten mussten viele Haushalte ihre Sparanstrengungen zurückfahren; langfristige Vorsorge hatte angesichts der Teuerungskrise eine geringere Priorität. Die Zinswende wird sich erst mittel- bis langfristig positiv aufs Geschäft auswirken.

Quelle: Allianz SE (Hrsg.), Geschäftsbericht 2022, S. 79.

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

1.1.1.1 Geschäftsmodell

Wettbewerbsumfeld (2/2)

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 ASM International N.V. (Niederlande) („ASMI“) 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“), Zhejiang Jingsheng Mechanical (China) („JSG“) und HERMES Epitek (Taiwan) („HERMES“) an der Entwicklung eigener MOCVD-Anlagenlösungen gearbeitet und versuchen, diese im Markt zu etablieren.

Gemäß einer Studie des Marktforschungsinstituts Gartner hat AIXTRON seine weltweite Marktführerschaft für MOCVD-Anlagen im Jahr 2021 ausgebaut. AIXTRON belegt erneut den Spitzenplatz: Der Marktanteil von AIXTRON ist demnach auf 75% gestiegen (2020: 58%), gefolgt von AMEC (China) mit 14% (2020: 16%) und Veeco (USA) mit 11% (2020: 26%). Gleichzeitig wuchs der weltweite Markt für MOCVD-Anlagen 2021 im Vergleich zum Vorjahr von USD 438 Mio. um 28% auf USD 561 Mio. Für das Geschäftsjahr 2022 liegen noch keine aktuellen Zahlen unabhängiger Marktanalysten über Marktanteile vor.

Quelle: Aixtron SE (Hrsg.), Geschäftsbericht 2022, S. 74f.

Relative Stärken

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

1.1.1.2 Wertmanagement

Konzernsteuerungskennzahlen (1/4)

Unternehmenssteuerung und -kontrolle

Zur Unternehmenssteuerung des JOST Konzerns werden primär finanzielle Leistungsindikatoren eingesetzt. Das größte Gewicht fällt hierbei auf das bereinigte EBIT bzw. das bereinigte EBITDA und die Umsatzentwicklung. Die monatliche, vierteljährliche und jährliche Entwicklung dieser Indikatoren wird mit den Vorjahreswerten und den Plandaten kontinuierlich verglichen, Veränderungen werden analysiert und gesteuert, auf Werks-, Segment- und auch auf Konzernebene. Die jährliche Entwicklung des Leistungsindikators „bereinigtes EBITDA“ und die „bereinigte EBIT-Marge“ fließen in die Bemessung der variablen Vergütung des Vorstands bzw. der Führungskräfte ein.

Auf Konzernebene werden flankierend das Net Working Capital (NWC) im Verhältnis zum Umsatz, der Nettoverschuldungsgrad (Leverage) und die Nettoverschuldung im Verhältnis zum Eigenkapital (Gearing) monatlich ermittelt. Etwaige Abweichungen zu den Planwerten werden analysiert und bei Bedarf gegengesteuert.

Berechnung der finanziellen Leistungsindikatoren

\pm Betriebliches Ergebnis (EBIT) + PPA-Abschreibungen \pm Sonstige Sondereinflüsse <hr/> = Bereinigtes EBIT + Abschreibungen auf Sachanlagen + Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte <hr/> = Bereinigtes EBITDA	+ Vorräte + Forderungen aus Lieferungen und Leistungen - Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen <hr/> = Net Working Capital (NWC) : Umsatzerlöse x 100 <hr/> = NWC im Verhältnis zum Umsatz
Bereinigtes EBIT : Umsatzerlöse x 100 <hr/> = Bereinigte EBIT-Marge	Nettoverschuldung : Eigenkapital x 100 <hr/> = Gearing

Relative Stärken

- Die Offenlegung der **finanziellen Steuerungsgrößen** ist für die Nachvollziehbarkeit der Unternehmenssteuerung notwendig.
- Die JOST Werke AG legt die finanziellen Steuerungsgrößen auf Konzernebene offen, definiert diese und veranschaulicht die Berechnung.
- Zur Verbesserung der Darstellung des Steuerungssystems könnte die Jost AG zudem segmentspezifische Steuerungskennzahlen offenlegen (sofern diese vorhanden sind).

Quelle: JOST Werke AG (Hrsg.), Geschäftsbericht 2022, S. 39f.

JOST

1.1.1.2 Wertmanagement

Konzernsteuerungskennzahlen (4/4)

UMSATZERLÖSE¹ IN MID. €

2022		22.511
2021		21.234
2020		18.435
2019		23.640
2018		21.915

¹ Die Zahlen für 2022, 2021 und 2020 spiegeln die fortgeführten Geschäftsbereiche aufgrund der Umklassifizierung des Reebok Geschäfts in die angegebenen Geschäftsbereiche wider.

UMSATZERLÖSE NACH SEGMENTEN IN MID. €¹

	2022	2021	Veränderung	Veränderung (währungs- bereinigt)
EMEA	8.550	7.760	10 %	9 %
Nordamerika	6.398	5.105	25 %	12 %
China	3.179	4.597	-31 %	-36 %
Asien-Pazifik	2.241	2.180	3 %	4 %
Lateinamerika	2.110	1.446	46 %	44 %
Andere Geschäftsbereiche	150	145	3 %	3 %
Gesamt²	22.511	21.234	6 %	1 %

¹ Die Zahlen spiegeln die fortgeführten Geschäftsbereiche aufgrund der Umklassifizierung des Reebok Geschäfts in die angegebenen Geschäftsbereiche wider.
² Beinhaltet Zentralbereiche/Konsolidierung, die nicht direkt einem der Segmente zugeordnet werden können. Siehe Erläuterung 37.

Quelle: adidas AG (Hrsg.), Geschäftsbericht 2022, S. 131f.

Relative Stärken

- Eine **Mehrjahresdarstellung** der Steuerungsgrößen erhöht die Nachvollziehbarkeit der Unternehmensentwicklung und seiner Zielerreichung.
- Die adidas AG legt die Entwicklung der finanziellen Steuerungsgrößen in einer 5-Jahresübersicht offen.
- Zudem wird der Verlauf der Umsatzerlöse ebenfalls auf Segmentebene offengelegt, was den Informationsgehalt nochmals erhöht.