

**RIC**<sup>®</sup>  
**FACTBOOK** 2024



## Ihr persönliches RIC-Factbook 2024

Leipzig, im September 2024

Sehr geehrte Damen und Herren,

Im Jahr 2024 stehen wir vor neuen Herausforderungen in der Kapitalmarkt-kommunikation. Nachdem das letzte Jahrzehnt von bedeutenden Umbrüchen und Veränderungen geprägt war, ist es nun an der Zeit, die Zukunft gezielt zu gestalten. Der Wettbewerb Investors' Darling feiert sein 11-jähriges Bestehen und in dieser Zeit hat sich die Finanzkommunikation der DAX160-Unternehmen kontinuierlich weiterentwickelt, um den steigenden Ansprüchen und dynamischen Veränderungen gerecht zu werden.

Die globalen Krisen der letzten Jahre haben die Bedeutung von Transparenz und Resilienz in der Unternehmenskommunikation verstärkt. Die Fähigkeit, flexibel auf unvorhersehbare Ereignisse zu reagieren, hat sich als entscheidender Wettbewerbsfaktor etabliert. Im Jahr 2024 steht jedoch die zukunftsgerichtete Ausrichtung im Vordergrund: Unternehmen sind nicht mehr nur gefordert, auf Krisen zu reagieren, sondern müssen proaktiv Strategien entwickeln, um Trends wie **Sustainability Reporting** und **Digital Reporting** gezielt voranzutreiben.

**Sustainability Communication** bleibt ein zentraler Aspekt in der Unternehmensberichterstattung. Ab 2024 müssen kapitalmarktorientierte Unternehmen die neuen Anforderungen der **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)** und der **European Sustainability Reporting Standards (ESRS)** erfüllen. Diese Regelungen fordern eine transparente Offenlegung der Nachhaltigkeitsstrategien und eine stärkere Verankerung von Nachhaltigkeit in der Unternehmensstrategie. Für viele bedeutet dies eine signifikante Anpassung, da Nachhaltigkeitsaspekte fest in die Geschäftsmodelle integriert werden müssen. Unternehmen sollten diese Herausforderung als Chance sehen, um Investoren zu zeigen, dass Nachhaltigkeit fest in ihrer DNA verankert ist und langfristige Wettbewerbsvorteile schafft.

**Digital Communication** prägt zunehmend die Unternehmenskommunikation. Der **digitale Geschäftsbericht** ersetzt traditionelle Formate, indem er durch interaktive Tools zur Datenanalyse besser auf die Bedürfnisse der Nutzer eingeht. **Social Media** wird als Echtzeit-Kommunikationskanal immer wichtiger, um gezielt Stakeholder anzusprechen und die Reichweite von Finanzinformationen zu erhöhen. **CEO-Videos** ergänzen diese Strategie, indem sie eine persönliche und authentische Vermittlung der Unternehmensstrategie ermöglichen. Diese Elemente sind zentrale Bausteine eines modernen **Communicative Reporting**, das über regulatorische Anforderungen hinausgeht und eine aktive, zielgruppengerechte Berichterstattung sicherstellt.

Neben diesen aktuellen Trends sind auch die Erkenntnisse der Auswertungen der Wettbewerbsjahre 2014-2024 in das vorliegende **RIC-Factbook** eingeflossen. Bei unserer Arbeit legen wir größten Wert auf einen ganzheitlichen Ansatz, der auf dem von uns entwickelten und kontinuierlich weiterentwickelten RIC-Modell basiert. Das Factbook 2024 gibt Ihnen einen detaillierten und exemplarischen 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. Zielsetzung und Trends
- B. Das RIC-Modell und Ergebnisse 2024
- C. Literaturempfehlungen
- D. Best Practices
- E. Zusammenfassung und weiterführende Informationen

**A.**

# Zielsetzung und Trends

# INVESTORS' DARLING | Zielsetzung und Trends

Der umfassendste Kapitalmarktwettbewerb, um Stakeholdervertrauen zu stärken



Der Wettbewerb **Investors` Darling** betrachtet und beurteilt ganzheitlich die **Kapitalmarktkommunikation** der 160 größten deutschen Unternehmen aus DAX, MDAX und SDAX, anhand der drei Dimensionen **Reporting, Investor Relations** sowie **Capital Markets**.



Durch die ganzheitliche Betrachtung ist er der umfassendste Kapitalmarktwettbewerb in Deutschland und trägt dazu bei, das **Grundvertrauen** von in die **Anlageform Aktie zu stärken**.



Die **Hugo Boss AG** ist im Wettbewerbsjahr **2024** nicht nur der **Gewinner des MDAX** sondern auch **Gesamtsieger des Wettbewerbs**, noch vor den Wettbewerbern aus DAX und SDAX.



# INVESTORS' DARLING | Zielsetzung und Trends

## Trends der Kapitalmarktkommunikation: Digital Communication

### Digitaler Geschäftsbericht

- Ein **digitaler Geschäftsbericht** ist eine interaktive und online verfügbare Version des traditionellen Geschäftsberichts, um Informationen zugänglicher und ansprechender zu gestalten.
- Mit der zunehmenden Digitalisierung wird der digitale Geschäftsbericht immer wichtiger, um **Stakeholder effizient und effektiv zu erreichen**.

### Social Media

www.kor-ifrs.de Rechnungslegung & Investor Relations

Investor Relations +KOR1458464

Prof. Dr. Henning Zülch, Leipzig / FH-Prof. Mag. Monika Kovarova-Simecek, St. Pölten / Marius Mölders, M.Sc. / Lennart Bock, M.Sc., beide Leipzig / Dr. Eloy Barrantes, Wien

### Finfluencer im Fokus: Marktüberblick, Analyse und Handlungsempfehlungen für die Finanzkommunikation börsennotierter Unternehmen

Prof. Dr. Henning Zülch, Lehrstuhlinhaber des Chair of Accounting and Auditing, HHL – Leipzig Graduate School of Management und Mitglied im Fachbeirat der KoR.  
FH-Prof. Mag. Monika Kovarova-Simecek, Studiengangsleiterin des Masterstudiengangs Digital Business Communications an der Fachhochschule St. Pölten.  
Marius Mölders, M.Sc. und Lennart Bock, M.Sc., beide Chair of Accounting and Auditing, HHL – Leipzig Graduate School of Management.  
Dr. Eloy Barrantes, Paradiso und resour GmbH Wien.  
Die Studie erhielt fachkundige Unterstützung durch die R-Versammlungen der Bechtle AG sowie der Deutschen Telekom AG. Unser Dank gilt ebenfalls Everwise.ai für die technische Assistenz bei der Erhebung der Daten von den identifizierten Instagram-Konten. Zur Verbesserung der Tiefe und Erweiterung der

gewarnt: „In den sozialen Medien sind neben echten Kennerinnen und Kennern viele selbsternannte Experten unterwegs. Auch unter den Financial Influencern (kurz: Finfluencer), die regelmäßig und in hoher Frequenz Informationen und Anlagetipps posten“ (BaFin (o.J.)). Das öffentliche Interesse an Finfluencern hat in den letzten Jahren zweifellos einen Höchststand erreicht. Allerdings steht diesem Interesse bislang wenig empirisches Wissen gegenüber. Abgesehen von der „ersten Liga“ der Finfluencer und einigen prominenten „schwarzen Schafen“ in der Community, wurde so z.B. der deutschsprachige Finfluencer-Markt bislang noch nie empirisch beleuchtet

### CEO Videos

- Die **Präsenz auf Social Media** ist für börsennotierte Unternehmen heute Standard. Eine reine Textdarstellung genügt jedoch nicht mehr.
- Insbesondere Videos bieten für CEOs im speziellen und Vorstände im Allgemeinen, eine neue Möglichkeit, um ihre **Sichtbarkeit zu erhöhen**.

Rechnungslegung & Investor Relations www.kor-ifrs.de

Investor Relations +KOR1460879

Henning Zülch / Benedikt T. Retsch / Luis Faupel / Jakob Stroetmann

### Digitale Finanzmarktkommunikation – eine Strategie hin zum Communicative Reporting

Prof. Dr. Henning Zülch, Benedikt T. Retsch, M.Sc., Luis Faupel, M.Sc. und Jakob Stroetmann, M.Sc., alle Lehrstuhle für Rechnungsweisen, Wirtschaftsprüfung und Controlling, HHL, Leipzig Graduate School of Management, Leipzig. Prof. Zülch ist darüber hinaus Mitglied im Fachbeirat der KoR.  
Kontakt: autor@der-betrieb.de

In einer Ära des digitalen Wandels proklamieren Unternehmen vermehrt für sich, Vorreiter in Sachen Digitalisierung zu sein. Doch was oft außer Acht gelassen wird, ist die konsequente Umsetzung dieses Digitalisierungsanspruchs. Unternehmen stehen folglich vor der Herausforderung, insb. ihre Kommunikationsstrategien mit dem Kapitalmarkt konsequent anzupassen. Sollen Investoren und andere Adressaten nach wie vor zeitgemäß über das Unternehmensgeschehen informiert werden und möchte man einen Vertrauensverlust durch Inkon-

**II. Bedürfnisse der Stakeholder**  
Die Informationsvermittlung richtet sich an die Stakeholder des Unternehmens. So lassen sich zwei entscheidende Stakeholder-Gruppen identifizieren. Diese sind (1) die Investoren, zu welchen die Institutionellen aber auch die privaten Investoren gehören, und (2) die Intermediäre, welche Analysten, Journalisten etc. inkludieren (vgl. Abb. 1).<sup>1</sup> Beide Gruppen eint das Bedürfnis nach Transparenz. Diese drückt sich nicht nur durch die Quantität der Informationen, sondern auch durch die Zugänglichkeit der Daten aus. Insb. die Zugänglichkeit unterscheidet sich je nach Zielgruppe deutlich. Institutionelle Investoren und Analysten sind Spezialisten auf ihren Gebieten und in der Lage aus großen Datensätzen die entscheidenden Informationen zu filtern, daher schätzen diese vor allem Quantität.<sup>2</sup> Die

- Über soziale Medien erreichen **Finfluencer** einen breiten Adressatenkreis zu Themen wie **Finanzwissen oder Altersvorsorge**.
- Eine bewusste **Zusammenarbeit mit Finfluencern** ermöglicht Unternehmen die **Modernisierung ihrer Finanzkommunikation**, um insbesondere auch die „**Generation Aktie**“ adressatengerecht zu erreichen.

www.kor-ifrs.de Rechnungslegung & Investor Relations

Investor Relations +KOR1459082

Prof. Dr. Henning Zülch / Benedikt T. Retsch, M.Sc., beide Leipzig

### Digitale Finanzmarktkommunikation: Vorstandsvideos als relevantes Medium einer effektiven Stakeholder-Ansprache

– Eine Untersuchung des DAX40 im Jahr 2023 –

Prof. Dr. Henning Zülch und Benedikt T. Retsch, 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-ifrs.de

Die meisten börsennotierten Unternehmen nutzen digitale Elemente in ihrer Finanzmarktkommunikation. Die Präsenz auf Social Media gehört dabei bereits heute für Unternehmen zum Alltag. Mittlerweile geht es nicht mehr um das ob, sondern um das wie. Im Zuge dessen genügt eine Darstellung in reiner

für die Reputation des Unternehmens eine entscheidende Rolle zu, denn das Vertrauen in ein Unternehmen ist oftmals mit dem Vertrauen in die Unternehmensführung verbunden. Insb. in Krisenzeiten ist dies von essenzieller Wert. Gleichwohl kann und soll auch im Alltag des Unternehmens von der Reputation der (Führungs-)Persönlichkeiten profitiert werden.

**II. Vorgehen der Untersuchung**  
Mit der hier vorgestellten Untersuchung wird gezielt folgender Forschungsfrage nachgegangen: Wie nutzen die Unterneh-

**B.**

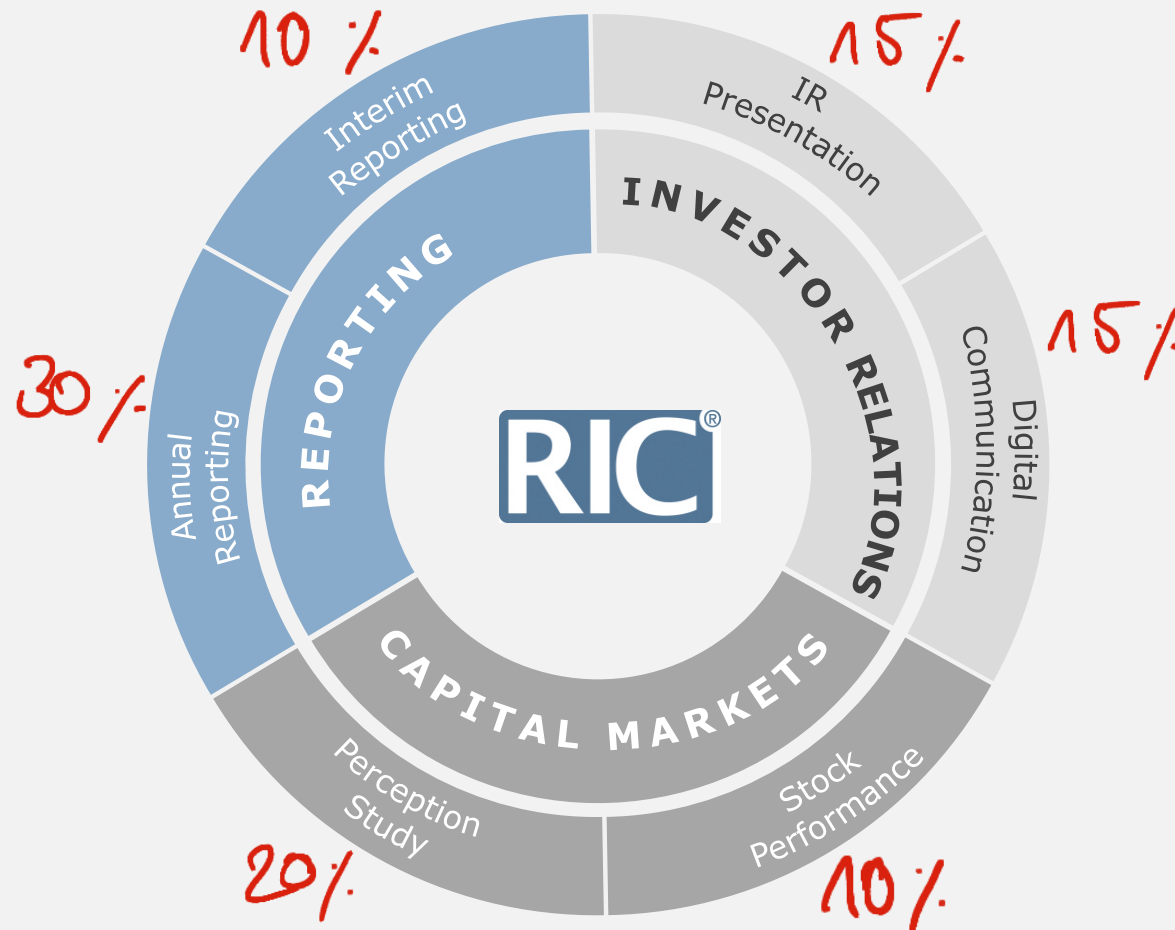
# Das RIC-Modell und Ergebnisse 2024

# RIC-Modell und Leitgedanken

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.

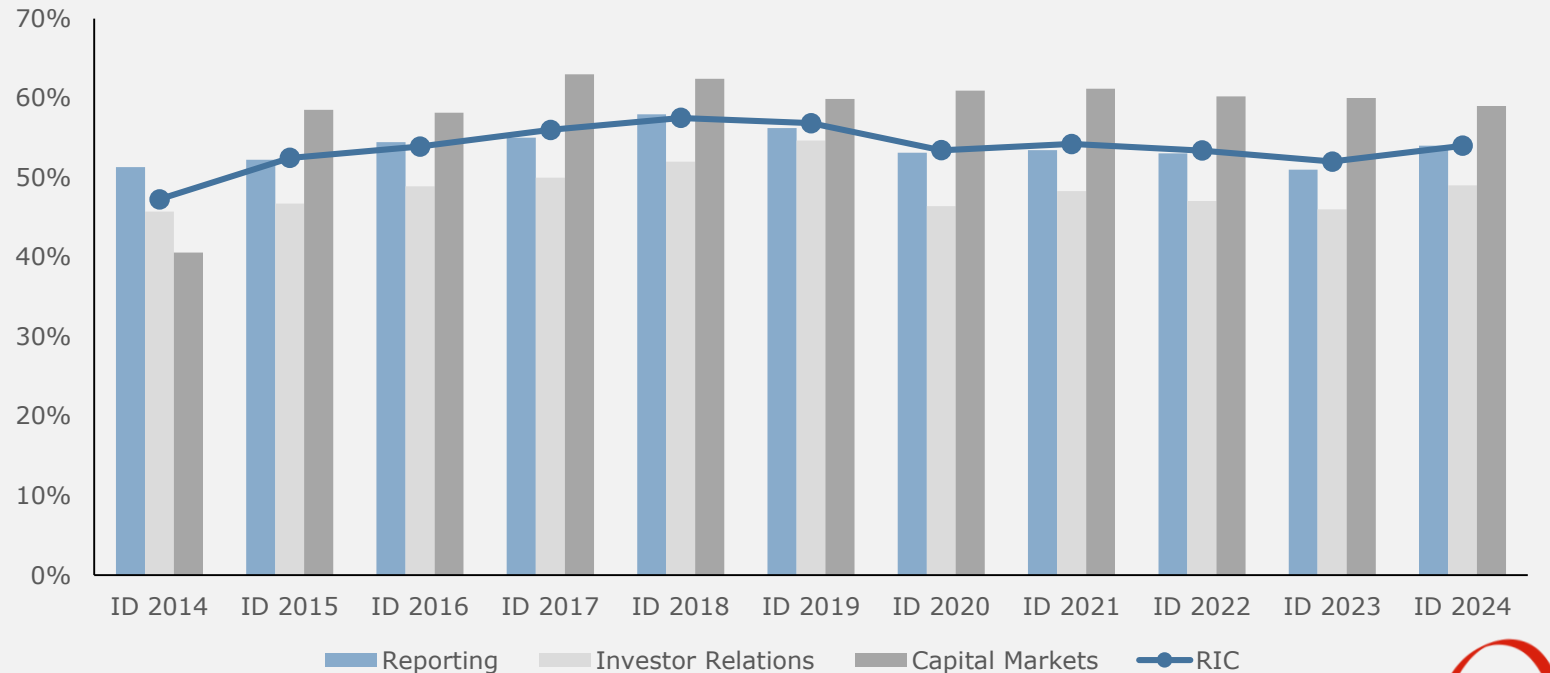
Die Dimension **Investor Relations** betrachtet wesentliche IR-Präsentationen sowie die Digitale Kommunikation.

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



# Ergebnisse INVESTORS' DARLING 2024

## 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	ID 2024
<b>Reporting</b>	51%	52%	54%	55%	58%	56%	53%	53%	53%	51%	54%
<b>Investor Relations</b>	46%	47%	49%	50%	52%	55%	46%	48%	47%	46%	49%
<b>Capital Markets</b>	41%	59%	58%	63%	62%	60%	61%	61%	60%	60%	59%
<b>RIC</b>	<b>47%</b>	<b>52%</b>	<b>54%</b>	<b>56%</b>	<b>58%</b>	<b>57%</b>	<b>53%</b>	<b>54%</b>	<b>53%</b>	<b>52%</b>	<b>54%</b>

### Erkenntnisse

- Das Niveau des **RIC-Scores** ist im Vorjahresvergleich leicht gestiegen
- Trotz **weiterer Spezifizierungen** bei den Fragen ist ein **leichter Anstieg** der Bewertungen in den beiden Dimensionen **Reporting** und **Investor Relations** festzustellen
- Das Vertrauen der befragten Fondsmanager und Analysten in deutsche Unternehmen hat sich marginal verringert, diese sprechen aber nach wie vor den Unternehmen ihr **Vertrauen** aus

**D.**

# Best Practices

# 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 74.600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, das von der Konzernleitung in Essen geführt wird. Das Kerngeschäft des Konzerns ist in die zwei Geschäftsfelder **Energienetze** und **Kundenlösungen** gegliedert. Daneben werden die Konzernleitung, die direkt bei der E.ON SE geführten Beteiligungen und die nichtstrategischen Aktivitäten als Konzernleitung/Sonstiges ausgewiesen.

...

#### 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

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 deren Versorgung mit 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 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 2023, S. 29.

#### 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‘. Um dieses Bestreben zu untermauern, haben wir im Jahr 2021 unseren Fokus auf Nachhaltigkeit weiter verstärkt und eine Roadmap bis zum Jahr 2025 und darüber hinaus definiert, mit der es uns möglich ist, positiven Einfluss auszuüben und voranzubringen. Wir leisten weiterhin Pionierarbeit in Sachen Nachhaltigkeit und arbeiten mit der Branche und anderen Unternehmen zusammen, um einen systemischen Wandel voranzutreiben. Zudem werden wir auch weiterhin zu einem skalierbaren, umfassenden, konsumentenorientierten und nachhaltigen Artikelangebot übergehen, unseren Ansatz zur Kreislaufwirtschaft ausbauen und auf die Erreichung von Klimaneutralität (CO<sub>2</sub>e) 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. ▶ [ADIDAS-GROUP.COM/NACHHALTIGKEIT](https://www.adidas-group.com/nachhaltigkeit)

Quelle: adidas AG (Hrsg.), Geschäftsbericht 2023, S. 86ff.

### 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 2023 für die Versicherungsbranche

...

Im Bereich **Schaden- und Unfallversicherung** beobachteten wir im Berichtsjahr ein teilweise starkes Prämienwachstum, das allerdings in erster Linie auf steigende Preise zurückzuführen war: Alle Versicherer sahen sich gezwungen, auf die beständige Schadeninflation mit höheren Prämien zu reagieren. Dennoch blieben in einigen Sparten, etwa der Autoversicherung, die versicherungstechnischen Ergebnisse unter Druck. Die Investorserträge legten aufgrund höherer Renditen weiter zu.

Im Bereich **Leben** verlief die Entwicklung deutlich verhaltener. Zudem waren die Unterschiede zwischen den Märkten aufgrund divergierender Markt- und Produktstrukturen sehr groß. Generell blieb die Nachfrage nach Risikoprodukten aber hoch. Auch dem Thema Altersvorsorge schenken Verbraucherinnen und Verbraucher nach dem Ende der Pandemie wieder mehr Aufmerksamkeit. Wie auch in der Schaden- und Unfallversicherung profitierte die Branche von höheren Investorserträgen.

Quelle: Allianz SE (Hrsg.), Geschäftsbericht 2023, S. 116.

### 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.



## 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“), ASM International N.V. (Niederlande) („ASMI“), Nuflare Technology Inc. (Japan) („Nuflare“), Advanced Micro-Fabrication Equipment Inc. (China) („AMEC“), Beijing NAURA Microelectronics Equipment Co., Ltd. (China) („Naura“), und Tang Optoelectronics Equipment Corporation Limited (China) („TOPEC“). Auch andere Unternehmen versuchen weiterhin, eigene CVD/MOCVD-Anlagen bei ihren Kunden zu qualifizieren. So haben beispielsweise Technology Engine of Science Co. Ltd. (Südkorea) („TES“), Zhejiang Jingsheng Mechanical & Electrical Co., Ltd. (China) („JSG“), Hermes-Epitek Corp. (Taiwan) („HERMES“), und Shenzhen Nashe Intelligent Equipment Co., Ltd. (China) („Naso Tech“) an der Entwicklung eigener CVD/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 2022 gehalten. AIXTRON belegt erneut den Spitzenplatz: Der Marktanteil von AIXTRON ist demnach zwar leicht gesunken, mit 70% Marktanteil (2021: 75%), gefolgt von AMEC (China) mit 18% (2021: 14%) und Veeco (USA) mit 12% (2021: 11%). Gleichzeitig wuchs der weltweite Markt für MOCVD-Anlagen 2022 im Vergleich zum Vorjahr von USD 561 Mio. auf USD 566 Mio. Für das Geschäftsjahr 2023 liegen noch keine aktuellen Zahlen unabhängiger Marktanalysten über Marktanteile vor.

Quelle: Aixtron SE (Hrsg.), Geschäftsbericht 2023, S. 77.

#### 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, 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 Leistungsindicators „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

$\begin{aligned} &\pm \text{ Betriebliches Ergebnis (EBIT)} \\ &+ \text{ PPA-Abschreibungen} \\ &\pm \text{ Sonstige Sondereinflüsse} \\ \hline &= \text{Bereinigtes EBIT} \\ &+ \text{ Abschreibungen auf Sachanlagen} \\ &+ \text{ Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte} \\ \hline &= \text{Bereinigtes EBITDA} \end{aligned}$	$\begin{aligned} &+ \text{ Vorräte} \\ &+ \text{ Forderungen aus Lieferungen und Leistungen} \\ &- \text{ Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen} \\ \hline &= \text{Net Working Capital} \\ &: \text{ Umsatzerlöse} \times 100 \\ \hline &= \text{Net Working Capital (NWC)} \\ &\text{im Verhältnis zum Umsatz} \end{aligned}$
$\begin{aligned} &\text{Verzinsliche Darlehen} \\ &+ \text{ ohne abgegrenzte Finanzierungsaufwendungen} \\ &- \text{ Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente} \\ \hline &= \text{Nettoverschuldung} \\ &: \text{ Bereinigtes EBITDA} \\ \hline &= \text{Nettoverschuldungsgrad (Leverage)} \end{aligned}$	$\begin{aligned} &\text{Bereinigtes EBIT} \\ &: \text{ Umsatzerlöse} \times 100 \\ \hline &= \text{Bereinigte EBIT-Marge} \end{aligned}$
	$\begin{aligned} &\text{Nettoverschuldung} \\ &: \text{ Eigenkapital} \times 100 \\ \hline &= \text{Gearing} \end{aligned}$

Quelle: JOST Werke AG (Hrsg.), Geschäftsbericht 2023, S. 41.

#### 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).

## 1.1.1.2 Wertmanagement

### Konzernsteuerungskennzahlen (4/4)

#### Umsatzerlöse<sup>1</sup> in Mio. €

2023		21.427
2022		22.511
2021		21.234
2020		18.435
2019		23.640

<sup>1</sup> 2019 inklusive des Reebok Geschäfts.

#### Umsatzerlöse nach Segmenten<sup>1</sup> in Mio. €

	2023	2022	Veränderung	Veränderung (währungs- bereinigt)
EMEA	8.235	8.550	-4 %	0 %
Nordamerika	5.219	6.404	-19 %	-16 %
China	3.190	3.179	0 %	8 %
Asien-Pazifik	2.254	2.241	1 %	7 %
Lateinamerika	2.291	2.104	9 %	22 %
Andere Geschäftsbereiche	155	150	3 %	4 %
<b>Gesamt</b>	<b>21.427</b>	<b>22.511</b>	<b>-5 %</b>	<b>0 %</b>

<sup>1</sup> Beinhaltet Zentralbereiche/Konsolidierung, die nicht direkt einem der Segmente zugeordnet werden können. Siehe Erläuterung 36.

Quelle: adidas AG (Hrsg.), Geschäftsbericht 2023, S. 140.

### 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.